



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tesis:

El desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y su relación con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración de Negocios Internacionales

Autor:
Bachiller Oré Bautista, Aderlin Lider

Lima-Perú

2018

DEDICATORIA

Carmen y Cirilo, mis padres, por confiar tanto en mí.

Aderlin Oré

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi protector y guía día a día.

A los miembros de mi familia, a mi madre Carmen Rosa Bautista Ayala, porque sin su aliento esto no sería posible, mi padre Cirilo Oré Sánchez, mis hermanos Ángeles y Andree; por su apoyo y dedicación, por ser mi motivación y apoyarme a cumplir mis sueños. A la Dra. María del Carmen Salas Medina por apoyarme y orientarme con sus conocimientos en todo momento y por exigirme y confiar en mí desde los inicios de este proyecto de tesis.

Por último, a todos aquellos que me han apoyado desinteresadamente para poder lograr este proyecto tan importante para mi vida. Mil gracias, que Dios los bendiga.

Aderlin Oré

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PRESENTACIÓN	viii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I.....	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Formulación del Problema.	4
1.2.1 Problema principal	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
1.4 Justificación de la investigación	5
1.5 Limitaciones.....	6
CAPITULO II.....	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de la Investigación	8
2.1.1 Antecedentes Nacionales	8
2.1.2 Antecedentes Internacionales.....	10
2.2 Bases teóricas	15
2.2.1 Desarrollo empresarial deportivo	15
2.2.1.1 Desarrollo.....	¡Error! Marcador no definido.
i. Desarrollo Tecnológico.....	16
ii. Desarrollo del talento humano.....	18
ii.a. Talento	18
iii. Desarrollo económico y social	22
2.2.1.2 Empresa.....	¡Error! Marcador no definido.
i. Gestión empresarial	24
ii. Gestión deportiva	26
ii.a. Planeación.....	26
ii.b. Organización	27

2.2.1.3 Negocio del Fútbol.....	28
i. Marketing deportivo.....	29
i.a. Patrocinadores	31
ii. Alianzas estratégicas.	32
2.2.1.4 Formación deportiva.....	34
i. Elementos que intervienen en la formación deportiva.....	35
ii. Proceso de la formación deportiva.	45
iii. Control en la formación deportiva.	51
iv. Tecnología en la formación deportiva.....	54
2.2.2 Internacionalización del futbolista.....	58
2.2.2.1 Fútbol	58
i. Fútbol profesional en Lima.	60
ii. Futbolista profesional	66
2.2.2.2 Intermediarios del futbolista.....	67
i. Scouting Deportivo.....	69
ii. Contrato de fútbol.....	70
iii. Mercado de traspaso.....	72
iii.a. Ligas mundiales.	75
2.2.2.3 Internacionalización	78
i. Internacionalización de servicios.	79
ii. Internacionalización del jugador de fútbol.....	81
ii.a. Fichajes en el mundo.....	84
2.3 Definición de términos básicos.	87
CAPÍTULO III.....	90
MARCO METODOLÓGICO	90
3.1 Hipótesis.....	90
3.1.1 Hipótesis general.....	90
3.1.2 Hipótesis específicas.	90
3.2 Definición de variables.....	91
3.2.1 Definición conceptual.....	91
3.2.1.1 Variable independiente: Desarrollo empresarial deportivo.	91
3.2.1.2 Variable dependiente: Internacionalización del futbolista.	91
3.2.2 Definición Operacional.....	92
3.3 Metodología.....	92
3.3.1 Tipo de estudio	92
3.3.2 Diseño.	93
3.3.3 Población y muestra	94

3.3.3.1 Población	94
3.3.3.2 Muestra	94
3.3.4 Método de investigación	94
3.3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	97
3.3.5.1 Técnicas de recolección de datos.....	97
3.3.5.2 Instrumentos de recolección de datos.	97
3.3.6 Métodos de Análisis de datos.	98
3.3.6.1 Estadística descriptiva.....	98
3.3.6.2 Estadística inferencial.....	99
3.3.6.3 Validez	99
3.3.6.4 Confiabilidad.	100
CAPÍTULO IV	101
RESULTADOS	101
4.1 Descripción / Confiabilidad.	101
4.2 Comprobación de Hipótesis.....	103
4.2.1 Estadística descriptiva.....	103
4.2.2 Estadística inferencial.....	140
4.3 Discusión.....	146
CAPÍTULO V	149
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	149
5.1 Conclusiones.....	149
5.2 Recomendaciones.....	150
CAPÍTULO VI	152
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	152
6.1 Anexos.	164
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	164
Anexo 2: Cuadro operacional de variables.....	165
Anexo 3: Formato y fichas de validación del instrumento.....	166
Anexo 4: Mini-matriz de la encuesta	174
Anexo 5: Fotos.....	175
Anexo 6: Documentos Visita a Clubes Profesionales de Lima.	177

ÍNDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

Tabla 1 y gráfico 1: Resultado estadístico de la edad de los encuestados	104
Tabla 2 y gráfico 2: Resultado estadístico del grado educativo de los encuestados.....	105
Tabla 3 y gráfico 3: Resultado estadístico de la pregunta 1.....	106
Tabla 4 y gráfico 4: Resultado estadístico de la pregunta 2	107
Tabla 5 y gráfico 5: Resultado estadístico de la pregunta 3	108
Tabla 6 y gráfico 6: Resultado estadístico de la pregunta 4	109
Tabla 7 y gráfico 7: Resultado estadístico de la pregunta 5	110
Tabla 8 y gráfico 8: Resultado estadístico de la pregunta 6	111
Tabla 9 y gráfico 9: Resultado estadístico de la pregunta 7	112
Tabla 10 y gráfico 10: Resultado estadístico de la pregunta 8	113
Tabla 11 y gráfico 11: Resultado estadístico de la pregunta 9	114
Tabla 12 y gráfico 12: Resultado estadístico de la pregunta 10.....	115
Tabla 13 y gráfico 13: Resultado estadístico de la pregunta 11.....	116
Tabla 14 y gráfico 14: Resultado estadístico de la pregunta 12.....	117
Tabla 15 y gráfico 15: Resultado estadístico de la pregunta 13.....	118
Tabla 16 y gráfico 16: Resultado estadístico de la pregunta 14.....	119
Tabla 17 y gráfico 17: Resultado estadístico de la pregunta 15	120
Tabla 18 y gráfico 18: Resultado estadístico de la pregunta 16	121
Tabla 19 y gráfico 19: Resultado estadístico de la pregunta 17	122
Tabla 20 y gráfico 20: Resultado estadístico de la pregunta 18	123
Tabla 21 y gráfico 21: Resultado estadístico de la pregunta 19.....	124
Tabla 22 y gráfico 22: Resultado estadístico de la pregunta 20	125
Tabla 23 y gráfico 23: Resultado estadístico de la pregunta 21	126
Tabla 24 y gráfico 24: Resultado estadístico de la pregunta 22	127
Tabla 25 y gráfico 25: Resultado estadístico de la pregunta 23	128
Tabla 26 y gráfico 26: Resultado estadístico de la pregunta 24.....	130
Tabla 27 y gráfico 27: Resultado estadístico de la pregunta 25.....	131
Tabla 28 y gráfico 28: Resultado estadístico de la pregunta 26.....	132
Tabla 29 y gráfico 29: Resultado estadístico de la pregunta 27.....	133

Tabla 30 y gráfico 30: Resultado estadístico de la pregunta 28	134
Tabla 31 y gráfico 31: Resultado estadístico de la pregunta 29	135
Tabla 32 y gráfico 32: Resultado estadístico de la pregunta 30	136
Tabla 33 y gráfico 33: Resultado estadístico de la pregunta 31	137
Tabla 34 y gráfico 34: Resultado estadístico de la pregunta 32	138
Tabla 35 y gráfico 35: Resultado estadístico de la pregunta 33	139
Tabla 36 y gráfico 36: Resultado estadístico de la pregunta 34	140

PRESENTACIÓN.

La investigación estuvo encaminada a comprobar la relación entre las variables, el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y la internacionalización del futbolista peruano en el año 2017. Con la investigación realizada se pudo comprobar la relación entre las variables indicadas.

Campos (s.f.) se refiere al desarrollo empresarial como el progreso que experimenta la empresa como una consecuencia al crecimiento en el tiempo. Lograr conseguir una imagen ya sea corporativa o de marca, así como también consolidar una posición competitiva determinada, obtener un clima de trabajo o transformarse en una empresa socialmente responsable, son señales de un desarrollo empresarial.

La internacionalización de futbolistas, es una forma estratégica de generar ingresos para los clubes deportivos de fútbol en el mundo. Y el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional, enlaza diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia la consecución de sus objetivos. Componentes como liderazgo, crecimiento económico, cultura empresarial, gestión del conocimiento y la innovación. Es una idea integradora con el que se puede obtener un impacto positivo en todas las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano. De esta manera, el club fomenta a que los jugadores sean los activos más importantes y que son los que hacen la diferencia en el entorno deportivo, de ahí la importancia de potenciar el desarrollo empresarial en cada club deportivo.

Por otro lado, Cornejo (2010), menciona a la internacionalización de jugadores, como una inversión a futuro, ya que los futbolistas se convierten en “mercancía”, y tiene un precio que va en aumento de acuerdo su rendimiento, se tiene la posibilidad de negociar para poder insertarlo en un mercado internacional deportivo.

Los jugadores de fútbol mencionan que un buen desarrollo de las capacidades deportivas óptimas, control de esas capacidades y el compromiso de ellos mismos, genera un buen

desarrollo deportivo. Es decir, si el jugador cumple con estas condiciones, se comprometerá en mejorar personalmente y en equipo, generará un ambiente de competencia sana con sus compañeros de equipo.

Por lo tanto, podemos concluir, que el tener un buen desarrollo empresarial con el respectivo seguimiento de las partes, aplicando la tecnología de momento, generando una mejora en la competitividad, se puede llegar a tener jugadores de un nivel óptimo y a la par de otros jugadores del mundo, y en consecuencia la internacionalización de ellos, no se hará esperar, porque en el mundo deportivo se busca calidad deportiva en los jugadores, para poder alcanzar el éxito deportivo en los clubes.

RESUMEN

La presente investigación estuvo encauzado a constatar la relación entre el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesionales de Lima y la internacionalización de futbolistas peruanos.

Se adquirió los conceptos teóricos de las variables e indicadores de la investigación a través de las bases teóricas de diferentes autores. Asimismo, se pudo investigar con la ayuda de algunas tesis pasadas, formando parte de los antecedentes de la investigación.

La actual tesis es de tipo práctica-empírica, de un corte transversal, de nivel correlacional, de tal manera que se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo y además desarrollando un diseño no experimental. La muestra de la investigación estuvo constituida por 28 jugadores de fútbol profesional. El tipo de muestreo aplicado fue el muestreo no probabilístico por conveniencia.

Para la constatación de la hipótesis se ha empleado la prueba estadística no paramétricas de independencia Ji Cuadrada, porque se procuraba determinar las hipótesis acerca de la relación entre las variables, correspondientes a los niveles de medición ordinal u nominal.

El trabajo de campo se realizó a través de la encuesta de 34 ítems en la escala de Likert, que se aplicó directamente a las unidades de análisis animado (futbolistas). Finalmente se pudo dar las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los resultados obtenidos de la parte estadística.

Palabras claves: Internacionalización de jugadores, desarrollo de capacidades, ligas extranjeras, futbolistas.

ABSTRACT

The present investigation was channeled to verify the relationship between the sports business development in the professional soccer clubs of Lima and the internationalization of the Peruvian soccer players.

The theoretical concepts of the variables and indicators of the research were acquired through the theoretical bases of different authors. It can be investigated with the help of some past theses, forming part of the background of the investigation.

The present test is of practical-empirical type, of cross-section, of correlational level, in such a way that it has been developed under the quantitative approach and developed with a non-experimental design. The research sample consisted of 28 professional soccer players. The type of sampling was applied to the non-probabilistic sample for convenience.

For the verification of the hypothesis, the nonparametric statistical test of Chi square independence was used, because it was intended to determine the hypotheses about the relationship between the variables, nominal or ordinal measurement levels.

The field work was carried out through the survey of 34 items on the Likert scale, which was applied directly to the animated analysis units (soccer players). Finally, the conclusions and recommendations could be given according to the results obtained from the statistical part.

Keywords: Internationalization of players, capacity development, foreign leagues, footballers.

INTRODUCCIÓN

El fútbol es un deporte contradictorio en el Perú, porque la organización deportiva está mal encaminada pero los futbolistas peruanos tienen el reconocimiento deportivo de todas partes del mundo, a pesar de ello el Perú demoró en clasificar a este mundial después de largos 35 años, por ello los triunfos de las selecciones o cualquier club peruano en un campeonato internacional se gozan de una manera única y se reviven las ilusiones para cada nuevo partido de fútbol. Dado esta realidad esta investigación pretende estudiar ese elemento llamado fútbol, y este como factor que es determinante en el desarrollo de un país, en las personas o las instituciones deportivas.

La identificación que el fútbol plasma en la sociedad peruana es la consecuencia de varios factores, una de ellas es la iniciación deportiva, se considera que es la principal. Los niños son direccionados por los padres o familiares a creer en algún club de fútbol, así el niño cuando juega fantasea y se identifica con algún ídolo, al mismo tiempo practica las vivencias familiares, sociales o geográficas. Así el fútbol se transforma en un estilo de socialización, ya sea con personas del entorno o desconocidos.

El fútbol viene a ser la representación de la vida de cada persona, como los momentos de éxitos, fracasos, sufrimientos, injusticias, trampas, comportamientos inmorales o hasta el calor humano, como el abrazo al término de un partido de fútbol.

Por ello a través de esta investigación se busca desarrollar diferentes aspectos en los clubes deportivos de fútbol, para mejorar y crecer empresarialmente en la construcción del futuro de los jóvenes, direccionándolos de una manera en que ellos puedan mejorar su condición física, social y económica. La gran práctica deportiva del fútbol en el Perú permite realizar con probabilidades de éxito la investigación, buscando y desarrollando las capacidades de todas las jóvenes promesas y luego permita ver como es la evolución del deportista dentro de todas las facetas que son indispensables en la vida como el estudio, trabajo, familia, amigos, etcétera.

En ese sentido se busca impulsar el desarrollo empresarial deportivo en los clubes así como generar oportunidad de desarrollo para los jóvenes deportistas, introduciendo en el sistema deportivo nuevos conceptos comerciales y de marketing, para poder mejorar la carta de presentación de los futbolistas peruanos y así poder internacionalizarlos en un mercado mundial, con una imagen de un deportista que está a la altura de las expectativas de los empresarios extranjeros y cambiar el concepto que se tiene por los futbolistas peruanos, y asimismo darles un perfil sólido y profesional que esté a la medida de otros futbolistas del mundo.

Asimismo, la presente investigación ayudará a los clubes deportivos de primera división de Lima, centros de alto rendimiento en Lima y a la misma Federación Peruana de Fútbol a analizar toda su estructura organizacional como también revisar si el proceso de formación y desarrollo de nuevos deportistas está en el camino correcto, y tener en cuenta que la internacionalización de jugadores es la forma ideal de crecer como institución deportiva.

Esta investigación presenta una secuencia de capítulos a desarrollar, que está dividido en seis capítulos, los cuales son los siguientes:

Capítulo I: Problema de investigación, capítulo II: marco teórico, capítulo III: marco metodológico, capítulo IV: resultados, capítulo V; conclusiones y sugerencias, capítulo VI: referencias bibliográficas.

En el **capítulo I**, se precisa la especificación de la realidad problemática del fútbol peruano en nuestro estado, como también se refiere a la problemática que hay en el desarrollo deportivo de los futbolistas, asimismo se plantea el problema general como también los problemas específicos, se establece el objetivo general y los objetivos específicos; se indica la justificación de la investigación, de igual modo las limitaciones que han surgido a lo largo de la investigación.

El **capítulo II**, comprende con el marco teórico, que a la vez está dividido por tres partes: En la primera parte se encuentra los antecedentes nacionales y antecedentes

internacionales; en la segunda parte las bases teóricas, donde se conceptualiza las variables, dimensiones e indicadores que presenta la investigación y en la tercera parte está la definición de los términos básicos.

El **capítulo III**, se desarrolla el marco metodológico que abarca las hipótesis de la investigación, que vienen a ser la general y las específicas, también se presenta la definición de las variables, como las conceptuales y operacionales; la metodología de la investigación, que comprende el tipo de estudio, diseño de la investigación, población y muestra, así como los diferentes métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos; métodos de análisis de datos donde se precisa la estadística descriptiva, estadística inferencial, la validez y la confiabilidad del instrumento.

El **capítulo IV**, se explica los resultados que incluyen la descripción/confiabilidad, también la comprobación de hipótesis y finalmente la discusión de los resultados.

El **capítulo V**, se expone las conclusiones y las recomendaciones.

Y por último el **capítulo VI**, donde se presenta la bibliografía estructurada, con las fuentes de información de toda la investigación; los anexos que se componen, el instrumento de recolección de datos, validación del instrumento, la matriz de consistencia y fotos de campo.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1 Descripción de la realidad problemática.

El Perú, país netamente deportivo, pasional en el fútbol, ganador en el vóley, reconocidos boxeadores, excelentes fondistas y muchos más deportistas destacados, pero todo lo mencionado anteriormente se viene en capa caída, por la realidad actual que sufren todo los deportes en general, porque principalmente no cuentan con el apoyo ni el compromiso del Estado o la inversión de las empresas privadas, y esto es consecuencia de la mala organización del deporte en el Perú, los clubes tienen dirigentes deportivos eternos, no son capaces de llevar empresarialmente el deporte, y además son personas improvisados, ya que manejan los hilos del deporte en general de una manera totalmente desorganizada.

Para poder llegar a tener buenos deportistas que representen el país en campeonatos internacionales, se tiene que organizar y dar prioridad a ciertos aspectos fundamentales para el crecimiento adecuado del deportista, estos vendrían a ser como, la salud, educación y la alimentación, que son muy primordiales en el crecimiento de ellos y estos aspectos no están bien direccionados ni organizados por las entidades que buscan un desarrollo de los deportistas.

Ya tocando específicamente la investigación que se está desarrollando, se abarca directamente el deporte del fútbol, quizá el deporte más practicado en el Perú y en el mundo, pero a pesar de ser un deporte mundial, en el Perú este deporte no tiene un desarrollo empresarial y formativo como lo hacen los países de primer mundo.

Desde hace algunos años atrás, el proceso de formación de futbolistas en el Perú está en camino al fracaso y eso es una gran preocupación para la actualidad y el futuro.

En el Perú la actividad deportiva en este caso más específico el fútbol, está en un proceso de cambio y no es una fuente principal de ingreso para los clubes quienes están insertados en este negocio.

En el mundo deportivo del fútbol se tiene varias fuentes para generar dinero, como lo son: los patrocinadores, la televisión o el medio de comunicación, el merchandising, la taquilla y la “venta” de jugadores.

Es la internacionalización de jugadores que realiza el club de formación, la que puede ser la mayor y principal fuente de ingreso para los clubes y así poder desarrollarse de una manera óptima, la venta de jugadores a las ligas mundiales, es un proceso complicado si no se cuenta con el producto (jugadores) que tenga un alto nivel de rendimiento, a todo esto cada club deportivo debería tener como objetivo desarrollar y mejorar a los jugadores que tienen, para luego ofrecer y seguidamente venderlos, a una cantidad de dinero que es determinado entre las entes que están realizando la transacción.

En el Perú los clubes, asociaciones, academias y demás, no tienen el espíritu de formación de futbolistas y además no cuentan con el apoyo de la inversión privada para el mejoramiento de la formación de los futbolistas, ya que como se sabe ellos serían la fuente principal de ingreso para el club tal como sucede en diferentes partes del planeta, pero al no tener desarrollado el proceso de formación, no le dan la importancia que deberían tener.

Algunas entidades desarrollan la formación de futbolistas, quizá unas mejores que otras, pero en todo proceso de desarrollo de buenos deportistas están involucrados diferentes aspectos importantes como la educación, alimentación, salud, psicología y economía.

Los clubes deportivos del Perú ya no deben considerarse solo sociedades deportivas; sino además centros de formación, capacitación y empresas deportivas, con la misión de hacer mejores y buenos deportistas para competir con su entorno deportivo, en este caso fuera de su país de origen.

“El 90% de clubes en el Perú, llámese Primera División y Segunda División no presentan con divisiones menores invertidas. Generalmente estos clubes profesionales se vinculan a una academia que usualmente se encuentra en Lima y les autoriza el uso de la camiseta (logo, marca y escudo) para que puedan participar en la Copa Federación en representación del club, ya que en este torneo están exigidos a participar en las 6 diferentes categorías.

Si hay un muchacho con las suficientes condiciones, el club hace un pedido para llevárselo a su primer equipo. Solo hacen eso. Desde que manejamos sus divisiones inferiores, no han puesto un sol, para el desarrollo óptimo, le dijo a **Depor** la directora de las categorías formativas de un equipo que jugó Primera en 2014”.¹

De otro lado, se necesita creer en los potenciales de cada persona y jóvenes promesas, que solo necesitan ser direccionados de una manera óptima y con el apoyo necesario, ya sea en la salud, alimentación, vestido y los implementos necesarios para que puedan desarrollar de una manera más cómoda el deporte por lo que más apasionan, y así poder generar nuevos valores y que ellos estén a la par de otros deportistas del mundo en general, porque al tener como principal objetivo ser un futbolista profesional, genera mayor interés en el deportista y la familia, por consecuencia se puede involucrar

¹ 2015 “¿Por qué la Selección Peruana no va a los mundiales? Depor.pe. Consulta: 20 de febrero 2017. <http://archivo.depor.com/futbol-peruano/seleccion-peruana-reporte-menores-1033280>

netamente a su desarrollo profesional y deportivo, porque en el futuro este será su fuente de trabajo e ingreso económico, conjuntamente con el club o entidad que lo ayudo a desarrollarse como tal.

1.2 Formulación del Problema.

1.2.1 Problema principal.

¿Qué relación existe entre el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017?

1.2.2 Problemas específicos.

- a) ¿De qué manera el desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima se relaciona con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017?
- b) ¿Qué relación existe entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario deportivo durante el año 2017?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Establecer qué relación existe entre el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Determinar de qué manera el desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima se relaciona con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

- b) Identificar si existe relación entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario deportivo durante el año 2017.

1.4 Justificación de la investigación

Esta investigación sobre el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y su relación con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017, se realizó porque se propone llegar al conocimiento de las necesidades, dificultades y causas, del desorden organizacional en el club de fútbol profesional como también de la mala formación y desarrollo de deportistas en la disciplina deportiva del fútbol de élite, asimismo establecer hitos de desarrollo y la relación de causa-efecto respecto a la buena formación de futbolistas, el desarrollo de menores en los clubes y demás centros deportivos del Perú

Además, ver los parámetros que se necesitan en nuestro país para formar profesionales en el área deportiva del fútbol como esperanza laboral de muchos jóvenes peruanos, todo ello relacionado a la creciente demanda de jugadores de fútbol de nacionalidad peruana, y además con esto el estado se sentiría favorecido tanto en el aspecto económico, educativo y social.

Consciente de la importancia que hoy reviste el tema del negocio del deporte y la internacionalización de jugadores a otros países, como una estrategia del desarrollo empresarial, y además para que las empresas, entidades u organizaciones deportivas puedan ejercerla de una manera más rentable y satisfactoria para cada uno de ellos.

La presente investigación está centralizada en la evaluación y análisis del proceso de formación y desarrollo de las capacidades de los probables futbolistas profesionales y en la posible transacción internacional de ellos, aportando con ello una información valiosa que servirá de orientación para fomentar nuevas medidas que se aprovechen para el mejor desarrollo, capacitación y formación de jóvenes deportistas de alto nivel.

Además, la investigación se realizó para saber qué medios o documentos se necesitan tener para realizar una futura transacción internacional con otros clubes de alto nivel futbolístico y como se puede mejorar el desarrollo de las capacidades de los futuros futbolistas establecidos en el extranjero.

Con esta investigación se busca que los clubes deportivos de fútbol, academias e instituciones dedicadas al rubro del fútbol, apuesten por un verdadero desarrollo como empresa deportiva y asimismo creer en la formación de futbolistas motivando a la inversión empresarial futbolística, incentivando a la creación de escuelas, centros especializados en la formación de futbolistas profesionales, como una opción de generar ganancias.

Y si esa inversión privada llega a un club deportivo que está presente en los diferentes campeonatos del fútbol peruano, no solo direccionen la inversión o alguna inyección de dinero a su equipo que está presente en la división más alta, sino que también pueda incluir a sus canteras o las divisiones menores que ellos cuentan, porque en estos momentos, el mercado de la internacionalización de jugadores al extranjero tiene una demanda muy creciente, y así no olvidarse de los semilleros que tienen en su club deportivo.

Esta investigación también servirá como un antecedente de tesis para toda la comunidad estudiantil del país que sienta una motivación en desarrollar temas deportivos y negocio con el deporte.

1.5 Limitaciones

Las limitaciones que ha presentado esta investigación son los siguientes:

- Una de las limitaciones y la más relevante, es la escasa información del tema de investigación, ya sea en las bibliotecas de las diversas Universidades de Lima, así como también en los clubes deportivos, asimismo la bibliografía en libros, revistas y publicaciones es un tanto limitado.

- Además, otra limitación fue lograr acceder a los centros de alto rendimiento de los clubes deportivos o de la misma Federación Peruana de Fútbol, ya que el ingreso es muy restringido, por lo tanto, las encuestas se tomaron mucho tiempo en aplicar.
- El caos vehicular hace que se pierda mucho tiempo para llegar a los distintos lugares donde se encuentran los clubes deportivos, ya que cada club tiene su villa deportiva, algunos fuera del centro de Lima, como el de Universitario de Deportes que se encuentra en la Panamericana Sur, o como de la Academia Cantolao, que está por la Punta, en el Callao.
- El sustento literario para la investigación es esencial, se tiene que contar con la bibliografía actualizada, como también conocer los datos exactos de los autores y publicaciones recientes, los cuales no son asequible identificar.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes Nacionales

Tomando en consideración los lineamientos que plantea la Universidad Tecnológica del Perú, establece citar algunas investigaciones similares al que se está desarrollando. Se tomó dos proyectos de investigación, una desarrollada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, asimismo se consideró un libro de investigación sobre el fútbol peruano, este fue elaborado en la universidad ESAN, a continuación, se presentan:

- **Pardo D'ornellas, M. V. (2016).** Sustentó su trabajo de Tesis titulado: "Construyendo nuevos héroes. La cobertura periodística, los niños futbolistas y el negocio del fútbol", para optar el Título de Licenciada en Periodismo en la Pontificia Universidad Católica del Perú.

El problema general de esta investigación es, si el tratamiento realizado por los medios de comunicación web respeta la condición del niño futbolista o endosa un mundo adulto a un mundo infantil. El objetivo es describir el contenido de la información presentada por los medios de comunicación web en relación a los cuatro casos más relevantes de niños menores de 12 años que firmaron contratos

con importantes clubes de fútbol. Asimismo, la hipótesis de la investigadora es, si los diarios electrónicos utilizan los mismos recursos para informar el hecho, porque forman parte del proceso de crear nuevos héroes. Comparan al niño con las figuras existentes, por lo tanto, lo igualan y lo colocan como parte de la élite.

Asimismo, utilizan videos que permite apreciar el alto nivel de juego que tiene el pequeño, como una suerte de presentación oficial e imágenes que muestran a estos niños futbolistas como jugadores profesionales, además solo interesa el fichaje del niño reflejando la característica de inmediatez de la noticia, porque demostrarían que niños en diferentes partes del mundo también quieren ser futbolistas y logran ser contratados por equipos.

Las técnicas aplicadas fue el análisis documental y entrevista, y los instrumentos aplicados fue el análisis de contenido y el cuestionario de entrevista.

La conclusión más relevante fue que el negocio de los niños futbolistas, en el contexto de la consolidación y expansión de la industria del fútbol a nivel global, es una dimensión poco estudiada, postula que en esta industria del fútbol convierten a los niños en mercancía, además se pudo reconocer que para los clubes de fútbol profesional los niños futbolistas son un negocio, pues son una inversión a largo plazo.

Por otro lado, se pudo constatar que las familias que tienen niños futbolistas desean que sus niños sean futbolistas profesionales y, para ello, también realizan una serie de sacrificios que son considerados como parte del proceso para que el pequeño sea un futbolista profesional.

- **Zapater, A.; Cuervo, S.; Meza, J.; Vargas, M.; Velásquez, B.; y Zúñiga, M. A. (2011).** Presentaron su libro de investigación titulado: “Valor de marca en el fútbol profesional”, en la Universidad ESAN- Perú.

El problema general de esta investigación es desarrollar un modelo de teórico de marketing deportivo con probabilidades de éxito en términos de rentabilidad y eficiencia en los clubes peruanos de fútbol. El objetivo principal es la elaboración de un modelo teórico de marketing deportivo que pueda ser aplicado por los clubes peruanos de fútbol profesional, considerando al club como eje del modelo y otorgándole un estatus de marca, con el fin de incrementar su valor de marca y convertirse en una alternativa para el crecimiento económico del club.

Se utilizaron los siguientes métodos, diseño de la investigación, recolección de datos y el procesamiento de datos.

La conclusión más relevante es que, en los equipos de fútbol se debe ofrecer un gran respaldo, ya sea en el estadio con su asistencia a los partidos y su apoyo constante al equipo, el hincha genera un impacto importante en el modelo pues la hinchada se convierte en el consumidor potencial de las marcas vinculadas al equipo, sean productos de consumo masivo o canales de televisión pagada. Así, un equipo con mayor hinchada tiene un mayor poder de negociación con las empresas y una mayor posibilidad de obtener mejores ingresos.

Las líneas de negocio con mayor impacto en un modelo de marketing deportivo actualmente son los contratos de transmisión de partidos, los patrocinios comerciales y la asistencia al estadio. En el Perú, los mayores ingresos los generan las dos primeras líneas, en función del reconocimiento y los logros obtenidos por el equipo. Sin embargo, también se puede crear alternativas de líneas de negocio principalmente enmarcadas en la formación de jugadores y divisiones menores que promuevan una futura internacionalización de jugadores a ligas extranjeras.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

Asimismo, se tiene en cuenta investigaciones que se elaboran fuera del país, en este caso se encontró una diversidad de investigaciones en el mundo, pero se

escogió los más relevantes y los que puedan apoyar a la presente investigación, el primero elaborado en la Universidad de León, Castilla y León-España, con mucha asociación entre la administración y el fútbol, la segunda fue hecha en Universidad de Navarra-España, netamente enfocado en el fútbol y por ultimo uno enfocado directamente a la formación del deportista, estos antecedentes son los siguientes:

- **Díez García, J. (2012).** Sustentó su tesis doctoral titulado “La administración pública y el negocio del fútbol profesional” con la finalidad de obtener el título de doctor en Derecho administrativo en la Universidad de León, Castilla y León-España.

El problema principal del desarrollo de esta Tesis es sobre el modelo fiscalizador deficiente por parte de la LPF, crisis financiera y la administración dentro de los clubes de fútbol. El objetivo del trabajo es mostrar ese desarrollo normativo-deportivo ligado a la función interventora ejercida por los poderes públicos dentro de la esfera futbolística profesional española.

La conclusión general de la investigación tiene un punto de partida en la interrelación entre el fútbol y el estado, desde los tiempos más remotos, llegando a ser una preocupación el constante cambio legislativo español. A partir de ese punto se promulgó la Ley del Deporte 13/1980 que significó un antes y después en el ámbito deportivo. Este contexto de mercantilización del fútbol serviría de base para una práctica que con el paso de los años se vería exponencialmente aumentada y que no era otra que la continua y, en ocasiones, descontrolada, contratación de jugadores. La falta de rigor en la exigencia de responsabilidades no solo creó un clima de cierta indolencia alrededor de la Ley 22/2003, sino que también dio lugar a un uso artero de la misma en tanto los clubes con dificultades económicas acudían a ella como elemento para la consecución de una reducción en sus gastos.

Además, el constante y profundo vínculo de la Administración con los clubes se deja ver en otro de los métodos utilizados por estos últimos para conseguir ingresos; el

cual no es otro que el recurso al mercado inmobiliario. Otro de los elementos utilizados por los clubes como medio de financiación es el mercadeo de futbolistas.

La naturaleza y fines de los derechos de formación hacen pensar en una posible dualidad y coexistencia de sistemas en España ya que, junto a las cláusulas de rescisión, aparecen también configurados estos derechos que no hacen sino resarcir determinadas situaciones. Así, mientras que por un parte las cláusulas de rescisión encuentran su virtualidad práctica en aquellos traspasos en los que existe un contrato en vigor entre club y jugador, sin embargo, el abono de los derechos de formación tiene su razón de ser tras la finalización de aquel contrato.

- **Gómez, S.; Opazo, M. (2008).** Sustentaron su investigación titulado “Características estructurales de un club de fútbol profesional de élite” con la finalidad de obtener la Maestría, en la Universidad de Navarra-España.

El problema principal de la investigación es, la influencia de algunas variables en la estructura y funcionamiento de la organización de un club de élite de acuerdo a la realidad actual en el fútbol; el objetivo de la investigación es dar a conocer las principales variables que influyen en la estructura, en la organización y, en definitiva, en el funcionamiento de un club de fútbol profesional de élite, teniendo en cuenta la realidad actual en la que se mueve el deporte del fútbol. Y el otro objetivo del documento es proponer un modelo formal en el que figuren las principales áreas y funciones que debieran estar presentes para el desarrollo de las actividades de un club de fútbol de élite y para la consecución de sus objetivos. La hipótesis planteada en la investigación es si el nivel de profesionalización del fútbol se ha visto incrementado exponencialmente en los últimos años, y de manera especial en los clubes de fútbol profesional de élite a nivel europeo.

La conclusión de la investigación indica que la venta de los derechos de televisión permitió ampliar los ingresos de los clubes, que tradicionalmente se habían

sostenido sobre la base de los ingresos que se generan el día del encuentro deportivo, además ayuda a expandir la imagen del club a potenciales seguidores a nivel nacional o internacional, esta relación de fútbol y televisión ha permitido también el surgimiento de una gama de actividades comerciales favorables para el club; esto significa que los clubes necesitan hoy de una estructura formal, de una definición de funciones y de un mayor hincapié en el funcionamiento de la organización.

- **González Villora, S. (2010).** Sustentó su trabajo de investigación titulado “Estudio de las etapas de formación del joven deportista desde el desarrollo de la capacidad táctica. Aplicación al fútbol”, la finalidad de la Tesis fue obtener el Doctorado en Rendimiento Deportivo, en la Universidad de Castilla-La Mancha, España.

El problema principal de la investigación es conocer en profundidad la capacidad técnico-táctica en niños de alto nivel de pericia de cara a poder establecer adecuadamente los contenidos técnico-tácticos de enseñanza para cada edad o categoría, es decir a nivel colectivo, partiendo más desde una orientación piagetiana. Para ello se hace necesario evaluar los conocimientos declarativos, procedimentales, así como la toma de decisiones y el nivel de habilidad de los jugadores de fútbol en etapas de formación que practican este deporte habitualmente en las mejores condiciones posibles.

Esta tesis presenta varios objetivos como: Analizar la complejidad y problemática de los procesos de aprendizaje deportivo en la fase de iniciación al juego, especialmente en un deporte de invasión como el fútbol, además conocer la relación existente entre el conocimiento declarativo y procedimental orientado al saber técnico-táctico en fútbol, también desarrollar y aplicar nuevos instrumentos de evaluación táctica, tanto en situación real de juego como en otras circunstancias de toma de datos y análisis sobre diferentes tipos de conocimiento y finalmente

conocer en qué categoría de edad es adecuado comenzar el proceso de iniciación deportiva, así como los procesos de formación en fútbol.

Asimismo, presenta diferentes hipótesis como: Si existen diferentes niveles de representación del juego en fútbol, otra hipótesis que considera el autor es que existe un nivel normativo y diferencial en cada categoría de formación, además esperan encontrar que el nivel de conocimiento sobre las variables técnico tácticas individuales es mayor que para las variables grupales o colectivas del juego, para un mismo grupo de edad.

Se utilizaron diferentes metodologías en la investigación, esta tesis posee un diseño de investigación sobre el desarrollo de corte transversal, asimismo realizaron una investigación descriptiva. En la presente investigación decidieron utilizar instrumentos de medida que intentan respetar el planteamiento, de no sacar a los sujetos fuera de su entorno habitual, aspecto éste que obligaba a rechazar todo el conjunto de pruebas que tuviesen que desarrollarse en laboratorios o entornos de características especiales. Así, los instrumentos utilizados se han desarrollado tanto fuera del contexto de juego (entrevistas), como en el propio contexto de juego I.E.R.J. (Instrumento de Evaluación del Rendimiento de Juego).

Y finalmente las conclusiones, la primera fue la tremenda complejidad que existe alrededor del proceso de iniciación deportiva y en concreto del fútbol. A los procesos de aprendizaje les afecta multitud de variables que se relacionan entre sí, como el egocentrismo de los jugadores, la Hiperprosexia, que viene a ser que los jugadores son atraídos por el balón, por lo que se acumulan alrededor del mismo, el reducido conocimiento declarativo y procedimental del juego.

Otra conclusión de la Tesis es que, se han desarrollado dos nuevos instrumentos de evaluación para medir el conocimiento técnico-táctico declarativo y procedimental teórico, los cuales son: Entrevista semi-estructurada sobre el

conocimiento técnico-táctico aplicado a deportes de invasión (ejemplificación en fútbol) y la entrevista estructurada sobre conocimiento técnico-táctico mediante el visionado de secuencias de juego real aplicado al fútbol.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Desarrollo empresarial deportivo

2.2.1.1 Desarrollo

La palabra desarrollo está formado por la unión de un prefijo “des” que viene a ser lo contrario de una acción y del verbo enrollar o envolver, por lo tanto, es lo opuesto a enrollar, ósea es extenderse o desplegar. (Definiciona, 2017).

La palabra desarrollo engloba una diversidad de significados, uno de ellos se entiende como un suceso de cambio, evolución y de crecimiento con relación a un objeto, una persona o determinada situación definida (DefinicionABC, 2017).

El desarrollo también es considerado un sinónimo de evolución, cambio o de crecimiento, que también está relacionado con una situación o un individuo determinado. (ConceptoDefinición, 2017).

La definición según la Real Academia Española (RAE, 2017) menciona que el desarrollo se encuentra directamente asociada a la acción de desarrollar, entonces llegaría a ser la consecuencia de este accionar.

El desarrollo también es denominado a cierto crecimiento que se ha adquirido en el intervalo del tiempo. Este crecimiento es el proceso que experimentan todas las personas, objetos, sistemas, ciudades, etcétera, y solicita una serie de procesos continuos, ordenandos en fases, en tiempos determinados y que finalmente llega a su forma evolutiva. (Tipos, 2017)

Bernardo Kliksberg, define al desarrollo como una mejoría en la calidad de vida en las personas, donde se suma aspectos como, políticos, sociales, económicos, que al unir supone una evolución social. En ese sentido se puede decir que el desarrollo es un sinónimo a transformación o progreso, ya sea en las personas o ejecución de alguna idea.

Asimismo, el desarrollo tiene una diversidad de clases, como el desarrollo tecnológico, desarrollo humano o biológico, el desarrollo económico-social y también el desarrollo sostenible.

i. Desarrollo Tecnológico

Según la UNESCO, que es citado por López (2002; 215) define que la tecnología es conceptuada como un proceso científico y creativo, además permite emplear algunas herramientas, recursos y sistemas para solucionar problemas y promover el control del entorno natural y artificial en un intento por mejorar la condición humana.

Este desarrollo viene a ser cuando la tecnología avanza y mejora en distintos aspectos. Este desarrollo tecnológico surgió para que pueda simplificar y aumentar la calidad de vida de las personas, siempre teniendo el mismo fin, ósea simplificar las cosas, hacerlas de una manera más simple. El avance de la tecnología conlleva a integrar de frescos conocimientos por quien lo crea y además de quienes lo utilizarán, este desarrollo tiene gran peso en la medicina, deporte, industria, etcétera, y así se puede simplificar los procesos en diversas dimensiones. (Tiposde, 2017).

Quintanilla (1991: 45) indica que existe un sentido común del desarrollo tecnológico, que es regulado por “el imperativo de innovación constante”, se podría mencionar que la innovación no es producto accidental en la

historia, sino viene a ser algo constante. En resumen, explica que en las técnicas preindustriales la innovación es resultado de la maduración de esa técnica, en cambio en la tecnología actual, la innovación es algo categórico con que se cuenta anteriormente.

El desarrollo tecnológico también se conoce simplemente como tecnología, porque crea un conjunto de conocimientos técnicos, que se encuentran ordenados científicamente y además permite diseñar algunos elementos, tales como los bienes y servicios, que son muy adaptables al medio, como satisfacer las necesidades de las personas, estos se llaman deseos. En la actualidad el avance da cabida a puertas imaginables para la creación de muchos aparatos incomprensibles, solo para poder mejorar procesos que eran complicados en el pasado. (Tipos, 2017).

Eduard Aibar (2001; 3) menciona que el desarrollo tecnológico incluso se estudia por ser acumulativo, se podría decir, que los avances en este sentido podrán ser poco significativos pero todos alineados en la misma dirección que permite acumularse alrededor de un cierto campo tecnológico. El desarrollo tecnológico se desprende, como un proceso de creación donde cada paso encausa naturalmente al siguiente y donde cada aparato parece haber sido trazado con el firme objetivo de llegar a la situación presente. En ese caso la relación es más estrecha entre la ciencia y tecnología, que logra interpretar como una interdependencia recíproca altamente dependiente entre las áreas que son de su coincidencia producen avances gracias a la afinidad de racionalidad que autoriza predecir diversos acontecimientos ya sea naturales o lógicos.

ii. Desarrollo del talento humano

Es la técnica por el cual se abre un abanico de opciones, para que las personas mejoren su bienestar, los cual se basa en el desarrollo humano, se podría definir que el desarrollo humano es un proceso en donde se tiene posibilidades de elección de la gente, y que a la vez aumenta sus funciones o capacidades, se podría decir que el concepto principal sitúa al individuo como el elemento principal en todos los aspectos que tiene relación con el desarrollo de un país, región o localidad. (ConceptoDefinición, 2014).

ii.a. Talento

Según la Real Academia Española de la Lengua, posee una variedad de significados, se puede encontrar que el talento es el conocimiento o capacidad de entender, además se describe como tener la aptitud y la capacidad para desempeñarse o hacer bien un ejercicio de una determinada tarea.

RAE (2017), indica que el talento es similar o igual a la aptitud, como la competencia de desempeñar una determinada actividad, así como en la parte emocional o el conjunto de aptitudes con respecto a un grupo para hacer una tarea de manera exitosa.

El talento es una característica de aquellas personas que tienen comprometido sus capacidades para hacer las cosas y que mejoren los resultados de alguna organización. Un profesional con talento es cuando pone en prácticas esas capacidades que tiene, para obtener resultados más altos que su entorno cercano. (Jericó, 2001)

De tal forma, el concepto de talento se define, que es la interacción de las capacidades de una persona, esas particularidades naturales,

innatas, experiencia, actitud, carácter, etcétera, constituyen el inicio para que puedan aprender y desarrollarse en diferentes contextos, luego preguntarse qué tan talentosos pueden llegar a ser. El talento es la suma de capacidad, compromiso y acción. (Lozano, 2007: 149).

Pero acercándonos a una definición que destaque una relación más directa con el deporte, no se puede dejar de lado una definición muy importante, que es del entrenador de niños Erwin Hahn (1988: 98), ratifica que el talento deportivo es una aptitud marcada que va a una sola dirección, que supera la medida normal, pero que aún no está totalmente desarrollada, además es la disposición que está por niveles de lo normal, de poder y querer realizar altos rendimientos en el ámbito del deporte.

Lo que quiere decir el autor, es que no es suficiente tener diferentes capacidades o habilidades, sino que también el futbolista debe buscar su nivel más alto, ya sea la disposición que tiene para realizar el esfuerzo y una personalidad marcada para seguir entrenándose.

Todas estas ideas en la actualidad son las más utilizadas por los expertos, porque destacan aspectos fundamentales y que se diferencian entre los deportistas que quieren alcanzar el nivel más alto y los que se quedan en niveles bajos.

Hahn diferencia varios tipos de talento que están dentro del medio deportivo.

- El primero es el talento motor general, directamente ligada a la capacidad que se tiene con el aprendizaje motor, esta que conduce un dominio motor más fácil, de seguridad y rapidez motora, así como

tener un mayor inventario motor, que se aplica de un modo más diferenciado.

- El segundo es el talento deportivo, este indica que se tiene una disposición que está por encima del promedio para doblegarse a un ritmo de entrenamiento deportivo, para lograr conseguir el éxito deportivo.
- Y finalmente el talento específico para un deporte, implica tener los requisitos físicos y psíquicos que debe tener el deportista para alcanzar unos rendimientos que sean extraordinarios.

Desde nuestro punto de vista, la definición que Hahn desarrolla, parece que es la más acertada y tiene una definición notoriamente superior a los demás, que es sobre el concepto del talento, y que esta se adecua a los planteamientos actuales que se utilizan en el proceso de descubrimiento de nuevos talentos.

Otro concepto sobre el desarrollo humano es, que radica en la autonomía que tienen las personas para poder seleccionar entre diferentes opciones y formatos de vida. Este desarrollo lo constituyen diferentes agentes, como la alimentación, ambiente, sexualidad, violencia y el deporte. Además, el desarrollo humano es un proceso en la cual la sociedad puede mejorar las condiciones de vivir, y que puedan respetar los derechos humanos. (Eldeporte en el desarrollo humano, 2011).

En ese sentido el desarrollo humano viene a ser el crecimiento de un ser vivo, en la cual está implicado cuatro procesos que obligatoriamente se tiene que pasar; que es el nacer, crecer, reproducirse, y finalmente morir.

En lo mental también tiene un desarrollo que está acorde a cuantos años tiene el ser humano, el que se adquiere de una manera empírica y además de los ejercicios mentales. Entonces se podría decir que el aprendizaje hace a la madurez mental. Se podría mencionar que el proceso del desarrollo humano de un individuo implica el perfeccionamiento para lograr el mayor de los objetivos (Tiposde, 2017).

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) define al desarrollo humano como un proceso de crecimiento de las capacidades de las personas y que estas aumentan sus opciones y oportunidades. Esta definición asocia al desarrollo de esas capacidades que tienen relación con el progreso de la vida, y que estas se fortalezcan con las capacidades relacionadas con las cosas que pueda hacer una persona, vivir de una manera plena y la libertad de vivir como le gustaría hacerlo.

Las Naciones Unidas (2003) describe que en el deporte el desarrollo humano, es más allá del incremento económico, este viene a ser un proceso de aumentar las opciones de elección de las personas y oportunidades para la sociedad, donde están los principios de inclusión, equidad y sostenibilidad. Además, las capacidades humanas son muy necesarias para tener una vida larga y en salud. El deporte ayuda directamente a desarrollar esas aptitudes, ya que al participar en una actividad deportiva genera muchos beneficios físicos, es saludable, mejora el bienestar, aumenta la esperanza de vida y reduce las enfermedades, como las cardíacas; asimismo el deporte aporta una variedad de beneficios psicosociales, como la integración de la sociedad.

iii. Desarrollo económico y social

El desarrollo económico se define como la capacidad de crear riqueza en cierto lugar, país o región, con el fin de conservar la prosperidad y comodidad económica y social, también es el resultado de algunos pasos dentro de un sistema económico. Este desarrollo está muy ligado a la expansión económica que a la vez garantice un bienestar, satisfaciendo las necesidades personales o sociales. (Cajas, 2011).

Según Salguero (2006) el desarrollo económico es el crecimiento incesante del bienestar de una determinada población, por lo tanto, si no hay un crecimiento económico no habrá un desarrollo económico y viceversa.

La OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) indica que el deporte puede colaborar a favorecer el desarrollo económico, como generar ingresos que provengan de las ventas y servicios con el deporte, además impulsar el comercio internacional, y así fomentar la iniciativa empresarial creando nuevas oportunidades de empleo, mejorando el bienestar social y la salud de las personas.

James Midgley (1995) describe al desarrollo social como un proceso de impulso del bienestar de las personas en un vínculo con unas fases dinámicas de un desarrollo económico. Menciona que el desarrollo social es un proceso que, en el paso del tiempo, direcciona al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, deporte, vivienda, seguridad social, empleo y en los salarios, principalmente. Además, implica también una disminución de la pobreza y la desigualdad en el ingreso. Como la mayoría de personas se piensa que, en este proceso, es decisivo el papel del Estado como un

promotor y coordinador del mismo, con la muy activa participación de los entes, públicos y privados.

El deporte, es entendido como una actividad motora, lúdica y deportiva en todas sus formas, entonces si puede desarrollar un papel de gran importancia en el ámbito educativo y además para favorecer el desarrollo, ya que las modalidades de comunicación de una forma directa, no necesariamente verbal, esto permite superar las barreras que se encuentran presentes en cada intento de diálogo y de integración. Aprender a utilizar el deporte para el desarrollo individual y social, no advierte solo pasión, sino una competencia cada vez más alta, lo cual se convierte en un objetivo alcanzable, hoy solo poniendo en red los recursos humanos y culturales. (Aceti, E y otros, 2015)

En esta perspectiva se orienta SOMOS, la red del deporte de toda América Latina, siendo una iniciativa principal de CAF (Banco de Desarrollo de América Latina) y Sportmeet, es la red de deportistas y de las personas que están involucradas en el mundo del deporte.

Lo que menciona García (2010), es que el deporte tiene una serie de conexiones con el marco social y lo positivo cuando se plantean políticas deportivas que intervengan socialmente, además destacó como en algunas cárceles del mundo se realizan olimpiadas deportivas como una manera de no perder la pasión por el deporte.

Asimismo, García, menciona lo que está pasando en muchos procesos sociales. Como que hay direcciones que son muy positivas porque no cabe en discusión que el deporte contribuye a la interiorización de normas y reglas, al control de las pulsiones y mejorar las emociones del individuo, además mejora su perseverancia frente a las barreras que se puedan

presentar posteriormente en la vida, controlar socialmente la agresividad que pueda presentar, a la intrepidez, y a trazarse metas elevadas para su futuro.

2.2.1.2 Empresa

Según Renau (2005) la empresa viene ser un ente que gracias a la organización de sus componentes ya sean materiales, técnicos, financieros y humanos brindan bienes y servicios a cambio de un precio que faculta la restituir de los recursos que fueron empleados y la adquisición de objetivos ya fijados con anterioridad.

Para conocer realmente como se utiliza el término empresarial, es muy importante saber que es una empresa. Y como es mencionada anteriormente es una organización social que se creó para la obtención de ciertos objetivos, que, por lo general es la obtención de ganancias o un lucro económico mediante la intervención en un mercado donde se realiza transacciones de bienes y servicios, y es justamente ahí donde la empresa interviene con sus productos.

El término empresarial es usado en el lenguaje para hacer una referencia a los individuos que constituyen a una empresa, así como también para interpretar situaciones que sucede dentro de la empresa. La palabra empresarial enfoca a la empresa y empresarios, puede clasificarse de acuerdo a la circunstancia. (DefinicionABC, 2017).

i. Gestión empresarial

Según Benavides (2011) la gestión es una guía para orientar la acción, previsión, y modo de emplear los recursos y esfuerzos a las metas que se desea llegar, asimismo la secuencia de actividades que habrán de desarrollarse para lograr el propósito, además del tiempo que se requiere

para efectuar cada parte y de todos aquellos eventos implicados en su consecución.

La administración, gerencia y gestión, vienen a ser sinónimos a pesar que genera discusiones el intentar diferenciarlos. El termino Management es traducido como administración, pero de la misma forma que gerencia. En muchas naciones la administración está más direccionado a lo público y la gerencia a la parte privada. Hay libros en donde estos dos términos son equivalentes, teniendo el mismo fin. (Restrepo, 2000)

La gestión empresarial está evolucionando a medida que el hombre avanza en la creación de nuevas tecnologías y de relaciones para el mejoramiento de modernos productos y servicios, para satisfacer el mercado que cada día está en crecimiento y se vuelve más complejo. La gestión empresarial ya traspasa fronteras, no es solamente de carácter nacional, en el crecimiento de nuevas sociedades de información y conocimiento llega a abarcar asuntos a nivel mundial, así desarrollar nuevas estrategias de como permanecer en el mercado y lograr satisfacer a usuarios en cualquier parte del planeta.

La gestión empresarial en un club deportivo de fútbol es de igual de importante que en una empresa que crea productos, ya que a medida que la tecnología avance, las relaciones en el medio deportivo también crecen, buscando nuevos modelos de crecimiento y desarrollo. El administrar y llevar un club de fútbol de la manera correcta, facilita y orienta a una estabilidad en el tiempo, ya que se sabrá como emplear los recursos, como económicos, humanos y materiales para el bienestar dela empresa deportiva.

ii. Gestión deportiva

La gestión deportiva se puede definir como una suma de operaciones, comerciales, técnicas y de marketing, que desarrollarse pueden lograr un máximo en el funcionamiento y una considerable optimización en la entidad deportiva. Con las etapas definidas de un proceso administrativo, podemos pensar en cualquier tipo de organización, liga, equipo, club, corporación deportiva, escuela deportiva, o cualquier entidad que esté ligado a la promoción del deporte, tendrá que velar básicamente aspectos como:

- El alcanzar los objetivos y metas organizacionales.
- Manejar el recurso humano dentro de la organización.
- Manejar el recurso financiero que tiene el club deportivo.

Todos estos objetivos tienen el único fin de poder alcanzar los objetivos planteados desde el inicio o creación de la empresa deportiva. (Gutiérrez, 2007)

▪ Planeación.

La planeación es una función administrativa que determina con anticipación cuales son los objetivos que deben cumplirse y que se debe hacer para lograr alcanzarlos. Todo comienza con determinar objetivos y los planes detallados para lograr. La planeación constituye un elemento del proceso administrativo que está relacionado con la anticipación del futuro que es incierto, pero optimiza la tarea para facilitar la resolución de un problema previsible. (Gutiérrez, 2007)

Así mismo se enfoca en un plan de desarrollo, ya que la planeación es ideas y reflexiones, pero un plan estratégico es la materialización de la planeación. Ese plan de desarrollo es el mapa de un dirigente deportivo y de los integrantes de la organización. El plan permite diseñar el camino por el cual su busca obtener logros en el tiempo.

La planeación estratégica es una serie permanente y continua en el tiempo, que tiene como objetivo poner en marcha la orientación de la organización para encarar con el mínimo riesgo en el futuro.

- **Organización.**

La organización es una selección y composición de acciones apropiadas para cumplir las estrategias planteadas por la entidad y el diseño de algunas estructuras para colaborar en el logro de las metas y objetivos. (Acosta, 2005).

La organización es lo que permite estructurar una entidad deportiva y poder lograr los objetivos trazados, estableciendo una estructura y un sistema de roles que las personas cumplirán. Además, determina la coexistencia entre el tiempo y los espacios, activando el sistema de los recursos humanos (Gómez, 2006).

La organización se puede definir como el establecimiento de la estructura imprescindible para la estructuración racional de los recursos de la empresa, mediante la especificación de las jerarquías, correlación y la agrupación de actividades determinadas, con el fin de ejecutar y reducir las funciones.

2.2.1.3 Negocio del Fútbol

El fútbol, el deporte más conocido en todo el mundo, esto es reflejado en una encuesta de la FIFA realizado en el 2006, donde indica que más de 250 millones de personas practican el fútbol de manera profesional, semi-profesional y amateur, se consideró a hombres, mujeres y niños. Esta cantidad de personas solo son el 4 o 5% de toda la población mundial, pero el negocio no es solo ellos, sino también los millones de personas que no juegan al fútbol, pero si son consumidores potenciales, los que entran al estadio, ven por Televisión o radio, y los compradores de suvenires. (Estudiodecomunicación, 2017).

El fútbol en los últimos tiempos se ha convertido accedentemente en un negocio mundial, ya no solamente en sus mercados tradicionales, como Europa o Sudamérica, Sino una descentralización por todas partes del mundo, como en Estados Unidos, la creación de la Liga Mayor de Fútbol (MLS siglas en ingles), también en Japón, o la creciente inversión en el fútbol de China, con la creación de la Superliga China. Y todas estas ligas de fútbol es muy evidente la presencia de patrocinadores. (Miller, 2012)

Como lo explican, el negocio del fútbol va creciendo, y podría ser por el valor de la marca, el merchandising, entradas, publicidad, medios de comunicación, o propiamente dicho el jugador de fútbol. El jugador representa el valor de un club, si se tiene a un jugador bien desarrollado, traspasarlo a otro club, significa un ingreso alto para el club.

Lo dicho anteriormente se refleja desde años atrás, como en la Copa Mundial de 1978, el 99% de jugadores de la selección de Argentina jugaban en el torneo de ese país, solo uno jugaba en el extranjero. Pero en el Mundial de Corea Japón del 2002, fue todo lo contrario, solo dos jugadores presentes en

dicha selección jugaban en el torneo de ese país, todos los demás jugadores habían emigrado a otras ligas más competitivas. Fue algo parecido con la selección de Brasil, en 1970 ganaron una Copa del Mundo, y su selección era cien por ciento de su torneo local, pero en el Mundial de Alemania en el 2006, solamente dos jugadores eran del torneo local, eso demuestra que el negocio del fútbol se está globalizando mucho más y rápidamente. (Crolley y Miller, 2007).

En el Perú, solo son algunas empresas que se dedican a la formación de menores como debería ser, y cuentan con todo el equipamiento y tecnología necesaria para poder realizar un trabajo efectivo. Dentro de estas empresas solo se pueden distinguir unos cuantos clubes de Primera División del fútbol peruano que cuentan con toda la logística necesaria.

i. Marketing deportivo.

El marketing deportivo son aquellas actividades diseñadas para hacer frente a las carencias de los consumidores deportivos participantes. El marketing deportivo ha desarrollado importantes avances, como la comercialización de los productos y servicios a consumidores potenciales del deporte y también la utilización del deporte como un vehículo de comercialización promocional para muchos productos de consumo, de industria y de servicios. (Gutiérrez, 2008).

Según unos datos que fueron presentados por EuroAmericas Sports Marketing, indica que Sudamérica es el principal exportador de futbolistas, y tiene como principal exportador a la Argentina, en el 2015 exporto algo más de 6350 jugadores con un ingreso de 400 millones de dólares, estas cifras aumentaron considerablemente, porque en el 2014 exportaron alrededor de 2500 jugadores y el ingreso de 228 millones de

dólares, la mayoría de jugadores de estos dos años llegaron a Europa. (MundoD, 2015).

Todo lo mencionado anteriormente es complementado por Juan Pablo Meneses (2013; 97), dice que el fútbol actual de Latinoamérica no tiene como negocio principal el ganar campeonatos ya sea nacionales o internacionales, sino que el principal negocio es la venta de sus jugadores y buena sumándolo con las transmisiones televisivas, auspicios, taquilla, etcétera. Y esto es reflejado en los clubes europeos que tienen en sus filas a varios latinoamericanos.

En el mundo del fútbol es muy común la internacionalización o transacción de jugadores de fútbol entre clubes deportivos. Según Barajas, Sánchez y Urrutia (2010:31) en la estructura profesional del fútbol profesional se puede observar que existe un amplio e importante mercado, que es de los jugadores de fútbol que esto indica que hay una gran evolución que experimentaron los mercados en el centro de la actividad económica de los países que están en el entorno, este mercado es muy especial, que tiene características muy especiales y particulares, por las dimensiones se merece una atención especial.

El deporte en la actualidad es un espectáculo de masas, porque es una actividad que practica una gran cantidad de personas, esto convirtió al deporte como un soporte de comunicación para las empresas. La comercialización es una estrategia de promoción de productos y servicios. Todo esto está reflejado en las ganancias que generan cada uno de los futbolistas que son reconocidos mundialmente.

Millman (1999) explica que el marketing deportivo o Sports Marketing, puede alcanzar cualquier rincón del mundo, en todas las edades, a

cualquier hora y cualquier tipo de producto. Pero todo deriva de los eventos y personalidades que han sido los primeros en poner la piedra en la historia del deporte y pavimentaron el camino para hacer negocio a través del deporte.

- **Patrocinadores.**

El patrocinio es un aprovechamiento con fines de publicidad, este es un tipo de medio de comunicación, gracias al cual permite la relación entre el producto y el fin de promocionar para vender un producto o servicio que alguna persona necesite para su desarrollo diario. La publicidad también es un medio donde se presenta programas y crea atracción de nuevos clientes hacia un bien o servicio que ofrece una empresa pública o privada. La publicidad es la coordinación sistemática y metódica de mensajes con el único fin de crear un interés del potencial cliente hacia los bienes, servicios o productos. (Acosta, 2005).

Se puede definir a la publicidad como un proceso por el cual se comunica al posible consumidor de un producto o servicio las características del producto o servicio ofrecido, y buscando el fin de identificarse con ese bien o servicio y recordando la utilidad que tiene así generando una actitud de compra del producto y buscando una necesidad inherente a pesar de que no lo necesite.

Según Campos (1997) define a patrocinio deportivo como el marketing para poder promover las ventas a las empresas de los valores comunicativos que mediante el deporte se pueda transmitir. El deporte en la actualidad, es uno de los deportes que tiene más actividad que afectan y acercan a las personas del mundo.

El patrocinio deportivo tiene ventajas sobre la publicidad convencional, donde destaca la definición exacta del público objetivo. Las empresas aseguran que la publicidad llegará directamente al público que ve el deporte.

Además, lo que busca el patrocinador es crear un sponsor y hacer efectivo el proceso del marketing, ya se invirtiendo grandes sumas de dinero a cambio de la publicidad, y esta que sea directa, por ese motivo la mayoría de patrocinadores son empresas privadas, buscan que su marca sea difundida a nivel local, nacional e internacional, dependiendo la empresa deportiva que patrocina.

En el fútbol de formación se necesita hacer el uso de esta herramienta de marketing, ya que, al tener una empresa patrocinadora, genera confianza y además inversión, que es lo que más necesita los clubes de fútbol para crecer como empresas deportivas.

ii. Alianzas estratégicas.

La alianza estratégica se entiende por un acuerdo formal entre empresas, ya sea dos o más, que tienen por objetivo alcanzar en conjunto los intereses privados o comunes a base del compartimiento de recursos en un contexto de duda sobre los resultados. Esta definición se aplica a los acuerdos de colaboración, ya sea alianzas estratégicas puramente contractuales hasta los cruces accionariales.

Las ventajas de las alianzas estratégicas, es que permite acceder a los recursos de las empresas que la otra carece, porque si se busca llegar a obtener de otra forma, sería muy costoso, ósea, el beneficio es de mayor volumen.

Las alianzas estratégicas entre clubes deportivos generan beneficios a las empresas involucradas, uno de ellos la generación de intereses para los jugadores de fútbol de cada club, el intercambio de jugadores entre los clubes deportivos, visitas guiadas, y cosas similares entre clubes deportivos.

En ejemplo en el medio nacional es las alianzas estratégicas entre Gatorade que viene a ser una marca de Pepsi, y los principales equipos de fútbol profesional del Perú, como Alianza Lima, Universitario, Cesar Vallejo, Sporting Cristal, etcétera. Este acuerdo le sirve a la empresa Gatorade como un camino de posicionamiento dentro el fútbol mundial y asimismo tiene equipos nuevos en su portafolio.

Esta empresa Gatorade fomentará el uso correcto de los hidratantes en el fútbol, así como también brindará asesoría nutricional y charlas a los jugadores y comando técnico. Asimismo, se aplicará tecnologías deportivas en los jugadores, para medir diversas situaciones de los jugadores. (ECOmedia, 2018)

Estas modalidades entre empresas y clubes de fútbol favorecen en el crecimiento deportivo y también ayuda en el crecimiento de la marca del producto de la empresa, y el beneficio es mutuo.

Otro ejemplo muy importante es la alianza estratégica entre la Fundación Real Madrid y Misiones Salesianas, desarrolla en Brasil un programa de escuelas socio-deportivos. Estas escuelas socio-deportivas se refuerzan en el ámbito social para prestar el refuerzo escolar a los niños y niñas, desarrollan actividades con el arte, deporte y danza.

Esta misma Fundación Real Madrid también está presente en Lima, Perú, que está en relación con la Compañía de Jesús, estas escuelas

reciben el apoyo escolar, meriendas, formación profesional, deportiva y de orientación laboral. (Fundación Real Madrid, 2017)

Una alianza estratégica muy conocida fue del FC Barcelona de España y el club Boca Juniors de Argentina, la intención de esta alianza es para ayudar y fomentar la formación de futbolistas. En esta alianza vinculará directamente en la formación, desarrollo y capacitación de los jugadores con el objetivo de transmitir las experiencias europeas para Sudamérica.

2.2.1.4 Formación deportiva.

El desarrollo de capacidades es el proceso que a través del cual los individuos, organizaciones y sociedades obtienen, fortalecen o mantienen las capacidades para establecer y lograr sus propios objetivos de desarrollo a lo largo del tiempo.

Entonces viendo el concepto del desarrollo de las capacidades se puede complementar con lo deportivo, y entonces resulta que se buscan fortalecer y lograr propios objetivos en el ámbito del fútbol, ya sea de manera personal y en equipo.

Sumando los puntos anteriores, sea el desarrollo y las capacidades deportivas, se puede obtener la esencia de lo que se busca en el momento de obtener a un deportista de una capacidad deportiva a límite.

Pero a pesar de ello ocurren ciertas dificultades, como el momento de realizar el proceso o coordinar con el control, ya sea por temas externos o internos. Como es de conocimiento los clubes presentan deficiencias en muchos aspectos, como también las personas quienes llevan las riendas de esa empresa deportiva, o la sociedad en común.

En el Perú, en general, una de las áreas en las que somos más débiles es el campo del liderazgo. En distintos órdenes de las cosas, pero sobre todo somos muy débiles en aquellos liderazgos que tienen que ver con temas de interés público o de interés general: la política y el fútbol, por ejemplo. (Panfichi, 2007).

Estas áreas son como un reflejo del conjunto de la vida nacional, un rasgo general de la sociedad peruana que se expresa también en los clubes deportivos y en la institucionalidad deportiva del país.

i. Elementos que intervienen en la formación deportiva.

El aprendizaje en las actividades físicas y también en el deporte, siempre requieren de alguna experiencia previa. Que gracias a ello se puede construir o asimilar las nuevas experiencias que se están introduciendo al deportista. Cuando la base tiene una formación precaria, el aprendizaje se reduce significativamente, y su ausencia total la hace imposible. Esta experiencia en el lenguaje pedagógico es conocida como conocimientos previos. (Ausubel, Novak y Hanesian, 1983)

Todo proceso de formación tiene factores que intervienen mutuamente para poder concretar resultados que se plantea desde un primer momento, en el proceso de formación deportiva, también ocurre lo mismo, lograr que estos elementos se complementen con el objetivo de que el futuro deportista tenga las cualidades que se planteó.

Los elementos que intervienen en el proceso de formación de futbolistas son: Los entrenadores, profesores de educación física, nutricionistas, fisioterapeutas, psicólogos, preparadores físicos, médicos deportivos, padres de familia y los dirigentes de las instituciones deportivas.

Cada uno de estos elementos tiene una función importante y vital para que la formación del deportista sea llevada de una manera muy efectiva en el logro de su formación que al final se obtenga los resultados deseados, por ese motivo se detallará cada elemento para entender la función que tienen dentro de la formación.

- **Psicólogo deportivo.**

Como lo menciona en su libro Morinaga, T. (2013), el deporte y el fútbol van evolucionando constantemente. Los estudios y las investigaciones que están referidos a los aspectos físicos, técnicos, tácticos, etcétera, están en constante desarrollo, pero en el aspecto psicológico del deportista o llamado entrenamiento mental está un poco dejado.

Se podría decir que, al ser una ciencia moderna, la psicología ayuda en el desarrollo mental de las personas, ósea mejora el pensamiento, ayuda a superar sus limitaciones o sus problemas psicológicos, enseña el liderazgo, mejorar su crecimiento personal, en otras palabras, despertar a las personas.

La finalidad de la psicología deportiva que se aplica en el fútbol es similar a cualquier otra disciplina de apoyo a los deportistas, es decir ayuda a mejorar el máximo del rendimiento de cada jugador, respetando sus características, individualidad y los espacios privados de cada uno.

Entonces como fin del psicólogo deportivo, es estudiar los aspectos de cada deportista ya sea su personalidad, motivación, liderazgo, violencia y las emociones que tiene cada uno de los deportistas.

Además, tiene otras funciones, como ver algunas investigaciones, trabajar directamente con los deportistas y entrenadores, con el objetivo de mejorar el rendimiento de cada uno de ellos.

Así también busca la comprensión de algunos factores psicológicos que intervienen en el momento del ejercicio físico, y como también dar solución a los problemas que tiene cada uno de los deportistas como el estrés, insatisfacción, tensión psíquica, fracaso, etcétera.

- **Profesores de educación física.**

Un profesor enseña diferentes disciplinas deportivas ya sea de interior, aire libre, individual o colectivo, en las diversas etapas formativas. Tienen tareas que se diferencian de un entrenador o formador, ya que programa, organiza y coordina actividades deportivas con un esquema pedagógico, y asimismo entrena a los alumnos en diferentes disciplinas deportivas.

Alguna de sus funciones es como enseñar reglas y técnicas de los diferentes deportes, como el fútbol. Básquet, vóley, etcétera.

Así también planea y prepara clases, actividades y lecciones que pueden ser teóricas o prácticas con el fin de evaluar el progreso de los alumnos.

Otra función es la de motivar a los alumnos con alguna habilidad o que esté interesado en algún deporte y pueda practicarlo. (educaweb, 2017)

Se puede considerar que el profesor de educación física es el principal y el que inicia a guiar a un alumno a practicar el deporte que más le parezca al deportista, el observa que habilidad florece y así

orientarlo de manera que pueda mejorar en esa disciplina. En el fútbol un profesor de educación física es el primer escalón en el camino de la profesionalización del joven, porque se vuelve en un orientador deportivo.

- **Nutricionista deportivo.**

Según Morgan (2017) el especialista en nutrición deportiva es la persona encargada en el trabajo directo con los jugadores, para poder asegurar un rendimiento deportivo superior. Los trabajos o dietas que realiza un nutricionista los desarrolla con base a las necesidades que presenta cada atleta.

Asimismo, el especialista en la nutrición deportiva va de la mano con el entrenador para ayudar en la prevención de lesiones y también en recuperar a los atletas, en los tiempos de administrar nutrientes, los suplementos adecuados, y sesiones de terapia.

Como lo describe Maughan (2001; 270), la nutrición deportiva se basa en el estudio de la ciencia de los alimentos, la buena alimentación y de la relación entre la nutrición, el rendimiento deportivo, la fisiología y las personas activas físicamente.

Es importante contar con un nutricionista deportivo por que ayuda a controlar lo que se ingiere antes, durante y después de los entrenamientos o alguna competición, además ayuda a mejorar el rendimiento en un jugador de fútbol, mejora su calidad de vida, asegurar una óptima alimentación puede asegurar un buen desempeño dentro de la cancha.

- **Fisioterapeuta.**

Es una especialidad que mediante los agentes físicos trata las patologías que pueden suceder en la práctica deportiva. Causa de ello surge una necesidad de tener entre las filas de un club deportivo una persona capacitada para dar respuesta con eficacia a los problemas y lesiones que pueda surgir en el desarrollo deportivo. De tal sentido esta persona también se encarga en la prevención de las lesiones de los deportistas, como realizando protocolos de ejercicios personalizados, previo y post competición. (MedicalPhysis, 2017).

Al contar con un fisioterapeuta puede realizar rehabilitación a los jugadores lesionados, después de tener un diagnóstico de la lesión, realiza tratamientos correctos, ya sea con terapia manual, hidroterapia, ejercicios terapéuticos, objetivos de recuperación y una readaptación de un deportista. (GaliusPro, 2015).

La inserción de los fisioterapeutas en el fútbol es algo novedoso, porque cubre muchas funciones necesarias y que son importantes desde un punto de vista deportivo, como el de participar en los diseños y estrategias de prevención en los deportistas, así como planear las estrategias para la recuperación de lesiones en los jugadores, etcétera. (FisioStar, 2017).

Si un club de fútbol tiene un fisioterapeuta entre sus filas, la evolución de las lesiones será de manera efectiva, asimismo la prevención de estas lesiones será de manera efectiva, así el jugador de futbol o el entrenador tendrá mayor confianza en el desarrollo de los jugadores.

- **Preparador físico.**

Como lo describe Abengoza (2014), el preparador físico es un profesional que está ligada a las ciencias aplicadas, realizando el entrenamiento y el acondicionamiento físico de los jugadores.

La preparación física está destinada para la mejora en la eficiencia de un jugador, por ese sentido es necesario tener un respeto con la salud del deportista. (Cometti, 2006).

El rol del preparador físico dentro de un equipo de fútbol es muy importante, porque es un especialista en lograr extraer todo lo máximo de las cualidades físicas de un jugador. El aspecto físico está cobrando más importancia en el mundo deportivo actual, mayoría de equipos están teniendo mucha importancia en desarrollar físicamente a los jugadores y aportar mucho en el rendimiento del equipo en general (PublicacionesDidacticas, 2010).

El tener un preparador físico en un equipo de futbol, es mejorar como también ayudar en el desarrollo físico de los jugadores de fútbol, la persona que se desempeña como preparador físico, elabora estrategias de mejora, planes de crecimiento en el jugador, y ayudar al entrenador en la mejora del equipo de fútbol.

- **Médico deportivo.**

La medicina en el deporte es una especialidad muy importante, porque comprende aspectos médicos, técnicos, psicológicos y similares, ya que en este punto se define el esfuerzo de cada jugador, cuanto puede someterse en un entrenamiento y preparación,

asimismo prevenir lesiones, trastornos y enfermedades, y si el caso de tratarlos con rehabilitación. (Domínguez y Pérez, 2001).

También conocido como Deportología, porque está especializado en la medicina deportiva, cumpliendo funciones como tratamientos, evaluaciones médicas, nutricionales, adaptación en los entrenamientos, rehabilitación de patologías, evaluación de rendimiento, prevención del doping, y temas diversos, en las que se busca tener al jugador en un estado óptimo para realizar su normal desempeño deportivo (MarlonFisioterapia, 2007).

Como lo indica la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol-UEFA (2014) el médico deportivo en el fútbol se ha convertido en un elemento primordial en el juego moderno, que hasta ellos hicieron una contribución en el desarrollo de la medicina y específicamente en la ciencia del deporte.

El fútbol está inmerso a las constantes lesiones de los jugadores, entonces al contar con un especialista en la medicina deportiva, facilita en el desarrollo y evolución del jugador que presenta una lesión, asimismo ayuda a que el comando técnico pueda tener al cien por ciento a sus dirigidos.

- **Padres de familia.**

La familia tiene un papel muy importante en el desarrollo de un deportista, ya sea desde el inicio en el deporte hasta que pueda convertirse en un deportista de alto nivel, hay muchas investigaciones que concluyen que una familia estructurada y con un soporte económico que apoye al deportista, son determinantes para obtener un buen deportista. Porque la familia es la fuente principal

de apoyo emocional, también aportan en el feedback, asimismo una fuente de ayuda, de una u otra manera son buenos consejeros, apoyan en el control y también como sostén en los triunfos y derrotas. (Omicromo, 2015)

Como lo menciona Rosendo (2017), los padres de familia no tienen la función solo de estar como espectadores, ellos tienen un cargo más importante que se tiene que enseñar a los deportistas, como el trabajo en grupo, aceptar decisiones, tolerar frustraciones, derrotas y temas dentro del jugador, ósea los padres tienen que enseñar a comportarse.

Michels (2013) también indica que es importante que los padres implanten el comportamiento de sus hijos, que la relación sea positiva con el fútbol, ósea que se les incluya a sus padres en el aprendizaje y que acepte el fútbol como una escuela de vida.

A pesar de todo lo anterior, los padres de familia tienen un concepto un poco erróneo de lo que es un futbolista, creen que al tener un hijo deportista ya piensan tener otro estatus social, o también piensan que el jugar fútbol es una pérdida de tiempo, pero un padre de familia tiene la obligación de apoyar a un deportista hasta que este logre cumplir su objetivo.

- **Dirigentes deportivos.**

El dirigente deportivo es la persona que tiene la capacidad de poder mover los hilos de una organización, ya sea en aspectos económicos, humanos o tecnológicos, buscando maximizar los resultados de la actividad deportiva. (Ovalle, 2007).

Como lo indica Valdés (2014), un dirigente deportivo es la persona que toma importantes decisiones que afectaran de forma directa en la actividad deportiva, sea en competencias, actuaciones deportivas, jugadores, técnicos, etcétera, asimismo es responsable de los resultados y objetivos trazados al iniciar su trabajo.

Las funciones de un dirigente deportivo dependen a la organización que se encuentre, Cadenillas (2005), indica que la función principal es el de lograr los objetivos y además beneficiar a todos los miembros de la organización. El dirigente tiene que ser la cabeza visible de la organización, ser líder en la conducción a un objetivo claro. Además de generar expectativa en los resultados deportivos.

El tener un dirigente deportivo con ambiciones y metas definidas, una organización podrá caminar derecho, con buenos resultados y cumpliendo los objetivos que fueron planteados a un inicio, y el más beneficiado en todo esto es el jugador, quien tendrá todas las herramientas necesarias en el camino de su formación deportiva,

• **Entrenadores.**

Según la FIFA, define al entrenador como una persona encargada de dirigir, corregir, formar, aconsejar, ayudar a sus dirigidos, por medio del entrenamiento, y así preparándolos no solo para un buen rendimiento deportivo, sino también para la vida.

El Dr. Muñiz (2005) separa en 2 grupos a los entrenadores: Entrenadores de Desarrollo y Administradores de cargas.

El entrenador de desarrollo.

Ve el deporte de una manera pedagógica, porque aparte de entrenar también se ocupa de la educación de los jugadores, siendo este último lo más importante para el entrenador, la forma como persona más que el reconocimiento personal por éxito deportivo.

El entrenador administrador de cargas.

Es contrario al tipo de entrenador anterior, porque lo más importante es la mejora del nivel de rendimiento de cada jugador, dejando de lado las características psicológicas, biológicas, la edad y cosas parecidas, este entrenador es más resultadista, solo tiene en mente la victoria, además no se preocupa en la parte personal o cognitivo.

El entrenar implica tener una responsabilidad mayor, ya que el entrenador tiene un cargo importantísimo y es observado constantemente por los dirigentes del club donde se encuentra, ellos ven de forma minuciosa su comportamiento, sea su conducta, su vocabulario, gestos, etcétera, todo dentro y fuera del campo deportivo, porque se le considera como un mensajero y modelo de conducta frente a la sociedad, así el entrenador deberá tener cualidades indispensables como el de credibilidad, coherencia y la humildad (Perasso, 2011).

Para la FIFA, el niño es el principal recurso que tiene un entrenador, cuya principal misión es de asegurar un desarrollo óptimo, ya sea deportivo, pedagógico, educativo y social. A pesar de no saber todo, lo importante es transmitir las enseñanzas que el entrenador tiene, como asimilar derrotas, victorias y enseñar los valores, así el fútbol se convertiría en una herramienta de formación no solo deportiva sino también como futuro ciudadano.

Para la FIFA no es solo un entrenador, también toma el papel de educador-formador, y tienen la capacidad de poder despertar la vocación del niño para que pueda iniciarse en el fútbol.

Monitor Fútbol Base (2015) un blog dirigido a personas inmersas en el fútbol, explica cuál es la labor principal de un entrenador de fútbol base, ósea con niños que se inician en el fútbol, la edad de cada niño depende el modo de entrenar, además un ambiente adecuado, ejercicios adecuados, para que así pueda mejorar sus capacidades, pero sobre todo se tiene lograr que el jugador pueda divertirse con el fútbol.

Se puede encontrar diferentes conceptos sobre que es un entrenador, pero se puede definir como un modelo, educador y guía, que busca el camino correcto de un buen desarrollo deportivo, con objetivos deportivos y sociales, porque el entrenador será el encargado de mejorar las condiciones físicas, tácticas, técnicas que tiene cada deportista.

ii. Proceso de la formación deportiva.

La formación, en sentido más genérico, es enseñar un conjunto de contenidos con una orientación coherente. Cuando la idea de formación se relaciona con el concepto deporte, en general, o fútbol en particular, no puede desprenderse de estos aspectos. Por eso, el proceso de formación en el fútbol tiene que estar encauzado hacia contenidos educativos, de preparación y de competición, por este orden de importancia; que respondan a unos objetivos bien definidos. Según (Castejón, 2004), en la educación deportiva es donde se encuentran los

aspectos que hacen que los deportistas tengan una formación que no es solo la simple práctica.

Cuando existe una calidad de entrenamiento y preparación deportiva, se pueden asegurar unos buenos resultados deportivos, pero si hay una educación de calidad, asegurará la cantidad de calidad, ósea habrá una continuidad de muchos resultados. Entonces, una buena formación de un futbolista es más que la educación, pero si carece de educación, ya no sería una formación total. (Garganta, 2008)

Valdano (1987) indica que el entrenador de futbolistas en formación que logre entender la dimensión de la función de un docente, comprenderá que el fútbol es un vehículo de mejoramiento cultural muy bueno, así como otros, a pesar de lo que puedan decir algunos que menosprecian porque no lo dominan. Esto lleva a pronosticar que, cuando esta direccionado por la victoria en la formación de menores, se anda en una deformación, se tiene que tener en cuenta que un proceso de formación deportivo sucede en un club deportivo, pero su sentido social es de formar jugadores de fútbol, (...).

Sánchez (2012), tiene un punto de vista de la formación deportiva de futbolistas, los divide en tres partes fundamentales, que en la unión de ellos se llega a obtener una gran formación deportiva, estos son: La educación deportiva, preparación deportiva y la competición deportiva.

En esta investigación se considerará estos tres aspectos de la formación deportiva, ya que son fundamentales en una buena formación de un futbolista.

• Preparación deportiva.

Lo que se busca en la preparación deportiva es crear bases necesarias para un buen entrenamiento y desarrollo deportivo. La preparación de un deportista se puede potenciar, ya que su organismo está en una etapa donde puede tener mayor carga, con el fin de tener bases estables cuando se requiera en competencias. Dentro de la preparación se encuentran cualidades como la fuerza, esta cualidad se pierde muy rápido si no hay la estimulación constante con el entrenamiento o la competencia. (Mercado, 2011).

Como lo explica Azurmendi (2013), la preparación en el fútbol es un proceso que tiene como objetivo conseguir y obtener la mejor condición física de un jugador, para que de esa manera pueda desenvolverse de forma óptima en un partido de fútbol.

En esa aplicación de los objetivos hay diferentes variantes, como:

- Alto nivel: Los máximos resultados.
- Deporte base: Mejorar las capacidades básicas
- Deporte de recreación: Buena condición física.

Pero cuando el objetivo es la alta competencia, la preparación deportiva es de una manera distinta, como:

- Facilitar el trabajo del entrenador en la parte técnica-táctica.
- Repetición adecuada de los ejercicios planteados.
- Mejora la seguridad del jugador.
- Ayuda en la obtención de triunfos deportivos.

Para encontrar una buena preparación deportiva, es la suma de elementos intervinientes como:

Entrenamiento técnico + preparación física + entrenamiento invisible (alimento, descanso, higiene) + entrenamiento psíquico.

Cuando un deportista tiene los elementos que se indica, se puede obtener una preparación deportiva de primer nivel, y eso es lo que buscan los entrenadores con sus jugadores de fútbol. (Solé, 1996)

La preparación física es el primer paso para tener una buena formación y desarrollo deportivo, así los jugadores pueden tener un mejor desenvolvimiento en sus clubes deportivos.

• **Educación deportiva.**

Como lo menciona Contreras (1989), el deporte no es educativo por sí solo, sino que es la metodología que se utiliza en la enseñanza, los requisitos en cómo se desarrolle, lo que originará que pueda servir como herramienta educativa.

En mucho tiempo la práctica deportiva era considerado como una vía de desarrollo y promoción de los valores, y muchos autores están convencidos que existe una relación entre estas ideas. Como se menciona anteriormente, el deporte era considerado como una excelente vía para los pedagogos y los profesionales relacionados a la educación, dicen que el deporte está en un lugar privilegiado para una buena educación humanizada, ósea favorece en el crecimiento y la etapa de maduración de un joven, ayudando a tener valores y también creando antivalores. Gonzáles (2001).

En la formación deportiva existe la pedagogía deportiva, que viene a ser la formación integral de una persona, esa pedagogía deportiva debe estar fundamentado con métodos educativos, que implican a realizar una apropiada formación deportiva, que este direccionada a una formación en valores y de la mejor conducta frente a la sociedad de un deportista, para obtener una persona con un buen valor humano. (SlideShare, 2011).

La educación deportiva debería estar insertada en la formación deportiva desde el primer momento que el deportista llega a un primer entrenamiento, ya que, al fomentar la enseñanza de la educación deportiva, se busca obtener no solo buenos deportistas sino también buenas personas, con valores y buenas conductas frente a la sociedad.

- **Competición deportiva.**

La competición en el deporte en etapas de formación, es un tema muy polémico, tiene los que apoyan y críticos. En la estructura y la organización de una competición deportiva en menores es muy similar a los de alta competencia, y que no ayuda a conseguir los objetivos que se busca en la formación. Para esa estructura hay opositores y los que apoyan, generando incógnitas si esta correcta la estructura que se utiliza hasta el momento. En una etapa de formación, es un elemento más de entrenamiento, ósea desarrollar las competencias y llevarlo de la mano con el aprendizaje, todo eso si está bien orientada. (Piñar y Cardenas, 2009).

Giménez y Sáenz-López (1996) recalcan la importancia de la motivación que produce y la mayor probabilidad de practicar o

entrenar en situaciones más reales. Los que están en contra de una competición deportiva en edades de formación, suponen un riesgo mayor en los deportistas como el estrés por la necesidad de ganar o cumplir el mayor éxito posible.

Entonces la competición deportiva se debería llevar de la manera correcta, no solo buscando el éxito o la victoria, si no manejando de una manera en que el deportista pueda mejorar sus capacidades en situaciones reales dentro de un campo deportivo, y así poder desarrollar estructuras deportivas orientadas a la formación deportiva adecuada.

El desarrollo deportivo en grandes rasgos es incrementar las características deportivas de cada jugador de fútbol, y mostrar toda la capacidad que tiene cada uno de los individuos.

Y el desarrollo formativo deportivo es el primer escalón de toda la evolución de un futbolista, para poder desempeñarse en las ligas de alto nivel, donde la competencia entre los deportistas es muy dura; en tal forma el desarrollo formativo abarca un grupo de factores que se interrelacionan.

Sin embargo, hay que matizar varias cosas respecto a estas etapas en la formación. La duración de cada una depende por una parte del desarrollo individual del futbolista, por lo que no pueden establecerse periodos temporales estándar. En concreto el fútbol es un deporte de especialización media/tardía. Cada deporte tiene su “ventana” o donde se puede “mostrar” al futbolista frente a otras personas, clubes, captadores o entrenadores.

En una entrevista realizado por el investigador al periodista deportivo de CMD-Movistar Deportes, Diego Rebagliati comenta:

“Las organizaciones deportivas, en este caso los clubes deportivos no creen en la formación de los deportistas porque nunca tuvieron una experiencia de venta de algún jugador, y no saben lo que es ganar de la venta de los jugadores.

Y los únicos ingresos de los equipos peruanos son de la televisión, algunos sponsors, algunos de la taquilla y los ingresos son para pagar a la plantilla. Entonces no invierten en infraestructura y en divisiones menores, pero ahora la FPF está obligando a los clubes deportivos a tener todo eso.

Son muy pocos clubes deportivos en el Perú que funcionan como una empresa u organización, cada vez más el fútbol profesional está apuntando a eso, pero es un proceso lento que va a tomar tiempo, y que seguramente que con las exigencias que está poniendo la FPF se va a poder acelerar los procesos, pero no será de inmediato”

iii. Control en la formación deportiva.

El control de los procesos en la formación deportiva de futbolistas debería estar supervisado por personas o instituciones que se encuentran en este rubro, todos ellas de manera especializada en el tema de formación deportiva en menores. Hoy en día generalizando, pareciera que no tenemos instituciones fuertes que regulen, canalicen y organicen el deporte.

Toda las empresas o personas que supervisen el proceso se formación tienen que estar actualizados en la tecnología deportiva, ya sea herramientas deportivas, máquinas que intervienen en el proceso de

formación, información actualizada, software deportivo y materiales, para que el deportista que entrene tenga las comodidades necesarias como otros deportistas que se encuentran en Europa o países que desarrollan mejor la formación de los futbolistas.

El control de la formación en los clubes deportivos en el Perú en estos momentos esta supervisada por la FPF y los propios clubes; pero no es la más adecuada, por distintos aspectos como: La falta de especialistas en la formación, tecnología deficiente y materiales no adecuados.

Ya teniendo todos estos aspectos subsanados se tendría un mejor control y sería de una manera efectiva, con datos más precisos y coherentes de cada uno de las personas que están siendo evaluadas.

“El Perú tiene instituciones que desempeñan funciones específicas relacionadas al fútbol, a diferencia de otros países que tienen solo una institución de regulación, en el Perú cuenta con tres instituciones que regulan el fútbol local, llámese la Federación Peruana de Fútbol (FPF), la Asociación Deportiva del Fútbol Peruano (ADFP) y el Instituto Peruano del Deporte (IPD).

El IPD es un ente público que se encarga de llevar el deporte peruano y crear políticas para mejorarlo. Así, trabaja de la mano con las federaciones de las diferentes disciplinas y les otorga un presupuesto anual. Sin embargo, su relación con la FPF es un caso aparte.

La ADFP, por su lado, depende de la FPF. Su función principal y esencial es organizar el campeonato local de primera división en sus dos fases; mientras que la FPF se encarga de organizar el fútbol, considerando las divisiones menores, la selección nacional, el sistema de selecciones, el nombramiento del entrenador, y los partidos y los campeonatos en los

que participen las selecciones Sub-15, Sub-17, Sub-20 y Mayores. Como se mencionó anteriormente, lo usual es que la federación de fútbol de cada país se encargue de la regulación y la organización de todo campeonato y tema concerniente al fútbol”. (Zapater, 2011)

En la mayoría de clubes deportivos de Primera División de fútbol en el Perú, no tienen divisiones menores o canteras; es ahí donde se debe iniciar con la formación y desarrollo del talento deportivo. Además, los clubes peruanos no cuentan con los materiales adecuados como páginas web, información tecnológica, software que miden algunos aspectos de cada deportista, así como herramientas que ayuden a mejorar la parte deportiva, además carecen de departamentos de prensa con los requisitos mínimos que un equipo profesional de fútbol lo necesita.

En el blog Huaralonlinea (2012) mencionan que sin necesidad de sacar una radiografía del fútbol peruano se puede saber por qué en los últimos tiempos nos encontramos en lo último de las estadísticas del deporte internacional. En cambio, otros países cambiaron su estrategia de desarrollo deportivo, en el Perú existe el poder eterno, ya sea en los clubes o en la FPF, y causa de esto es el nulo avance del deporte, sin importar el buen manejo o liderazgo deportivo.

Hace poco tiempo hubo la intervención del Congreso de la República, modificando la Ley del Deporte – N° 28036, apoyando y modificando algunos artículos para el mejoramiento del fútbol peruano. Lo más importante es que las Federaciones Departamentales dejarán, por fin, de tener el mayor peso en la Asamblea de Bases. El nivel amateur ya no mandará dentro del órgano supremo de la Federación de Fútbol. ¿Y

quiénes tendrán ahora mayor protagonismo? Un tercio de la votación recaerá en jugadores, entrenadores y árbitros. Algo inédito.

En su obra Guerra (2010) afirma que el fútbol peruano afronta una crisis desde los años 90': su actualidad futbolística es de bajo nivel, los clubes peruanos son eliminados rápidamente en casi todos los campeonatos de la región llámese; Copa Libertadores de América, Copa Sudamericana, por lo que es necesario poner en práctica y de una buena vez, la profesionalización a todo nivel.

iv. Tecnología en la formación deportiva.

Hace mucho tiempo atrás, el deporte era considerado como un tema social y de salud, los entrenamientos eran para buscar objetivos, demostrar sus destrezas y cumplir metas de juego, los deportistas quienes practicaban diferentes deportes se sujetaban a reglas y procedimientos determinados.

Con el pasar del tiempo y la influencia de muchos factores, como la globalización; la competencia deportiva se ha convertido en algo mucho más serio, ya sea por la aplicación de nuevas técnicas, quizá materiales modernos, y los lugares de entrenamiento; todo se ha tecnificado a medida del paso del tiempo y el desarrollo tecnológico. Todo este desarrollo tecnológico también llega al deporte, ya sea para ayudar el rendimiento de los jugadores, en el desarrollo de los partidos o también mejorar los procedimientos deportivos. (UPSABolivia, 2013)

Como lo menciona Martínez (2014) La tecnología con el paso del tiempo cada vez está más relacionada con las actividades diarias siendo el deporte una de ellas. Son cada vez más aplicaciones y nuevos dispositivos que tienen los últimos avances tecnológicos para una rutina

deportiva y mantener una buena salud. Ya quedo en el pasado utilizar cronómetros o pulsímetros, en la actualidad solo con tener un Smartphone es suficiente, tendrás lo necesario para realizar actividades físicas.

Al tener un Smartphone, es como tener un entrenador personal, porque cuenta con aplicaciones y hasta propios sensores que analizan datos que se registra.

Ríos (2010), indica que, al buscar la mejora de resultados deportivos, así como aspiraciones de ganar ya sea del atleta, entrenador y las organizaciones deportivas, asociado a la euforia, vocación, etcétera, todo esto han facilitado que sea necesario la homogenización de protocolos, procesos de entrenamiento, con la finalidad de obtener atletas de alto rendimiento.

Todo esto constituye ya una revolución tecnológica en el deporte, al incluir la ciencia y tecnología, beneficiando a su desarrollo y progreso con el objetivo claro. Eso manifiesta que la ciencia está apoyando a los deportistas a seguir desarrollándose de una mejor manera, a través de procesos automatizados y confiables, que permiten mejorar las técnicas en todas las disciplinas, dando una ventaja de un deportista con otro.

Ríos, menciona que en la actualidad la ciencia y tecnología está al servicio del deporte y que, gracias a ello, los deportistas mejoran sus resultados en las competencias deportivas, ya sean nuevos records deportivos, y mejoras en el aspecto físico-motor de los deportistas. Así mismo la tecnología aporta en nuevos aparatos inventados, para la mejora de los atletas, en su entrenamiento y condición, también nuevas innovaciones tecnológicas para un mayor rendimiento.

Pedraza (2010) presentó un informe sobre la aplicación de la tecnología en Colombia, ya que hay herramientas que se convirtieron indispensables en la ayuda de mejora en el rendimiento, y nuevas técnicas en los deportistas, que hay mejores resultados y en menor tiempo. Con estas nuevas implementaciones se podrá analizar otros aspectos del deporte.

Según el informe, en Bogotá, existen lugares donde hay una mezcla entre la tecnología y el deporte, donde permiten el entrenamiento de una manera muy diferente, cuentan con campos especializados donde les ayuda a mejorar su calidad deportiva.

En el fútbol se aplican varios instrumentos tecnológicos, se mencionará los más utilizados a continuación:

- **GPS.**

Según sus siglas en inglés, el Global Positioning System (GPS), este dispositivo tiene un triángulo satelital, sobre el lugar y la ubicación de alguna persona. Esta triangulación sirve para los entrenadores de fútbol, que no conocen el rendimiento preciso de sus jugadores, como la velocidad máxima, la aceleración, el desplazamiento en la cancha de fútbol, y otra información. (MuyInteresante.com, 2017)

Hoy en día el GPS es uno de los dispositivos tecnológicos más usados en el medio del fútbol, ya sea para convertir la información adquirida de una manera objetiva y científica todo lo obtenido en un entrenamiento del jugador de fútbol. El principal objetivo es obtener datos de la actividad del deportista en todo el proceso de entrenamiento o de juego real, todo esto se almacena en una computadora, a la vez esta capta y decodifica la información obtenida del GPS. (Nevado, 2012).

Lo que hace un GPS es registrar todos los parámetros del trabajo indicado, cómo reaccionan los deportistas a los diferentes ejercicios, intensidad, resistencia, velocidad, etcétera, con la información obtenida se plantea una base de datos, para utilizar en la mejora del deportista. Porque a través del GPS se miden y comparan las condiciones entre jugadores, además monitorear la recuperación de una lesión.

- **Drone**

El Drone es un vehículo aéreo no tripulado, esta máquina que vuela sin tripulación humana, es usado comúnmente en la práctica militar, espionaje o situaciones para observar y tener mejor visión de un espacio poco accesible. (El Economista, 2011).

Cristofanelli (2017), explica la función y objetivos del Drone, el aparato tiene un alcance de 500 metros aproximadamente y alrededor de 5 kilómetros a la redonda, al tener un control remoto, se puede hacer movimientos exactos y trasladarlo donde se requiere. La información que se obtiene de los videos realizados con el Drone, son analizados por los especialistas, y de acuerdo a esa información, se puede modificar tácticas, ataques, etcétera. Uno de los entrenadores entrevistados por Cristofanelli, menciona que los drones ayudan a que un jugador pueda comprender la distribución de los espacios en un campo de fútbol, esta es una información adicional.

Se puede deducir que los implementos tecnológicos mencionados como el GPS y el Drone, son los más utilizados por los clubes deportivos, para que mediante ello se pueda realizar un análisis pre o post partido de fútbol, además mediante los videos o la información

obtenida, se puedan potenciar a cada deportista, así mejorar el trabajo táctico en el juego.

Así un club deportivo puede utilizar estos instrumentos en cualquier momento, para buscar capturas de ángulos que son complicados o conocer alguna información específica de cada jugador y así tener una base de datos actualizada para un mejor control del equipo deportivo.

2.2.2 Internacionalización del futbolista.

2.2.2.1 Fútbol.

El fútbol como se conoce en estos momentos se podría decir que tiene origen en Gran Bretaña, en el siglo XIX aproximadamente, los colegios como el Harrow, Charterhouse o del Westminster, observaron parte de la población, con recursos suficientes disponían de tiempo suficiente de practicar diferentes formas de ocio. (FIFA, 2017)

“Pero todo lo contrario a lo anterior, también mencionan como China el origen del fútbol, específicamente en la dinastía Han, en el siglo III y II a. C., porque en ese tiempo existía una forma de actividad física, en donde los jugadores tenían que llevar una pelota de cuero que estaba relleno de plumas hasta un punto final, con la condición de no usar las manos, y además se debía esquivar una serie de obstáculos que el contrario los ponía en el camino, a este deporte se le llamaba Tsu Chu.

Sea uno o el otro el fútbol seguía marcando su historia, seguía expandiéndose por el mundo, un ejemplo que en Francia en los siglos XV a XVIII, había un juego muy parecido a los anteriores, consistía en llevar una pelota de un lugar a otro, pero lo físico estaba por encima de la destreza y la maña, se llamaba Soule.” (Fifa, 2017).

Se considera como fútbol desde 1863, porque ese año se fundó la Asociación de Fútbol, y los códigos de Cambridge, se podría denominar las primeras reglas del fútbol moderno. Asimismo, se creó un modelo de competencia, que servía para poder solucionar problemas entre diferentes grupos, y poder definir quién era superior en esa lucha dentro del campo.

En ese transcurso del crecimiento del fútbol en Gran Bretaña, los viajes comerciales entre Europa y el resto del mundo, hicieron no solo un intercambio comercial si no también llevaron consigo un juego moderno, que tenía reglas específicas, ese juego llegó a las colonias del Reino, no solamente era un juego para los de clase alta, si no también podían practicar los de la plebe. (Diez, 2012; 26).

Así como paso en Europa, también llega a América Latina, el comercio internacional es un medio que no solo es mercancía, también costumbres, y forma de expandir diversas cosas, como el fútbol. El nuevo deporte por estas tierras ingreso a inicios de 1990, los ingleses llegaron con las industrias, pero también el fútbol. El deporte fue muy bien acogido en Brasil, Colombia, Argentina, etcétera, tanto así que fue necesario crear clubes deportivos dentro de los países mencionados. (Londoño, 2010).

Asimismo, en estos países en los primeros años eran apoyados directamente por el Estado de los países, y singularmente estaban dirigidos por estados dictatoriales, pero a pesar de ello, el apoyo hacia el fomento de lo deportivo era súper importante, principalmente el fútbol, en los países como Argentina, Uruguay, Chile, etcétera, los cuales aún mantienen el fútbol como el máximo exponente de pasión.

Por otra parte, el fútbol también toma la forma de espacio, filtro y de un espejo adecuado para ver las relaciones, contraposiciones y afianzamientos de entes

locales, regionales y asimismo nacionales. El deporte, más aún el fútbol, no está aislado, este no funciona en contra de una sociedad, si no, ambos están interconectados, porque el deporte forma parte de la sociedad, como al igual que la sociedad tiene influencia en el deporte. (Medina, 1996; 30).

Teniendo todos estos conceptos, el fútbol se convierte en un fenómeno social de una gran importancia, esta envuelve una red compleja de vínculos sociales, así se puede descubrir como el fútbol es un medio que permite expresar muchos valores de las personas y también ser un deporte, un juego y espectáculo, por estos años se logra convertir en un vehículo que transporta poder, desarrollo, educación y salud.

i. Fútbol profesional en Lima.

Los primeros registros que se conocen de un partido de fútbol en el Perú, datan del 7 de agosto de 1892, esta información lo revela Jorge Basadre, describiendo a ese partido como un match, en un campo ubicado en Santa Sofía en el Club Lima Cricket, que estaban conformados por residentes ingleses en el Perú. (Basadre, 1968)

Inicialmente los primeros equipos estaban formados por los ingleses residentes en Perú y se completaban con algunos peruanos, en el primer partido realizado fue entre limeños y chalacos, organizado por la familia Larrañaga y Foulkes. (FPF, 1997).

Según el poeta Gálvez (1966), escribió unos ensayos sobre el inicio de la práctica de diferentes deportes, entre todo ellos había uno especial, que era acerca del club Lima Cricket, explica sobre el inicio del fútbol en el Perú, el año de iniciación y motivos por el cual no se continuó desarrollándose.

Según la información obtenida y la suma de algunas fuentes, se puede considerar que el fútbol en el Perú, fue introducido básicamente por tres grupos sociales, uno de ellos son los inmigrantes británicos residentes en el Perú, el segundo grupo serían los marineros británicos que son de paso por los puertos y el último grupo fueron los jóvenes de clase media alta, que vivieron en Inglaterra que cuando regresaron lo practicaron en el Perú.

La formación de los clubes deportivos en Lima se llegó a concretar porque hubo una etapa de construcción de espacios públicos y algunas asociaciones civiles con intereses comunes, estas asociaciones tuvieron diversas etapas, ya sea de formación, desarrollo y crecimiento en el tiempo. (Forment, 1998; 8).

Lima Cricket and Lawn Tennis, fue el primer club deportivo, que fue fundado por trabajadores de las empresas Duncan y Fox. Fue después de la Guerra del Pacífico, donde reiniciaron sus campeonatos, pero eran muy restringidos y limitados solamente para socios, ósea miembros ingleses, claro que con acceso limitado de afición peruana.

El Perú tiene un campeonato de primera división o profesional llamado también Torneo Descentralizado, que está organizado desde 1966. Disputan 16 clubes deportivos de todo el Perú, de acuerdo al sistema de ascenso o descensos, cual comienza en el mes de febrero y termina en diciembre. Este torneo fue creado por la FPF, a raíz que no existía una competencia organizada. (Torres, 2016)

En el 2016 se lleva a cabo la edición número 100 de la primera división, que está organizada por la Asociación Deportiva de Fútbol Profesional, y lo supervisa la Federación Peruana de Fútbol, donde participan 16 clubes

deportivos, que son: Alianza Atlético de Sullana, Alianza Lima, Ayacucho FC, Comerciantes Unidos, Defensor La Bocana, Deportivo Municipal, F.B.C. Melgar, Juan Aurich, Real Garcilaso, Sport Huancayo, Sporting Cristal, Unión Comercio, Universidad Cesar Vallejo, Universidad San Martín, Universidad Técnica de Cajamarca y Universitario de Deportes.

Dentro de estos 16 clubes nacionales, se puede distinguir a cinco clubes que se encuentran centralizados en la ciudad de Lima, como Alianza Lima, Deportivo Municipal, Sporting Cristal, Universidad San Martín y Universitario de Deportes, quizá siendo los clubes más importantes a nivel nacional.

• **Club Alianza Lima**

Fundado el 15 de febrero de 1901, es uno de los clubes más antiguos de Perú, tiene como principal estadio al Alejandro Villanueva de la Victoria y ahí se encuentra su lugar de entrenamiento y división de menores.

El club cuenta con divisiones menores, que está compuesta por Categorías Competitivas, entre los 13 y 18 años, además cuentan con una escuela Base, formado por niños de entre 7 y 12 años, que al pasar el tiempo ellos alimentan a sus equipos de reserva y también al equipo principal. (Benavides, 2000)

El club Alianza Lima, tiene un aporte importante en la formación de jugadores de fútbol ya sea para el fútbol profesional o a la selección nacional, estos son algunos de los jugadores más relevantes salidos de su cantera:

- Claudio Pizarro Bossio.
- Jefferson Farfán Guadalupe.

- Paolo Guerrero Gonzales.
- André Carrillo Díaz.
- Yordy Reyna Serna.
- Paolo Hurtado Huertas.
- Carlos Ascues Ávila.
- Aldo Corzo Chávez.
- Sergio Peña Flores.
- Wilder Cartagena Mendoza.

Se menciona solamente a estos jugadores porque son los más representativos en los últimos años, ya sea porque fueron internacionalizados o integran a la selección peruana de fútbol.

• **Club Universitario de Deportes.**

Fundado en 1924, en las aulas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, el club cuenta con tres distintas sedes, el estadio Monumental de Ate es su principal escenario deportivo, su lugar de entrenamiento es Campo Mar “U”, y finalmente la sede Lolo Fernández, donde se desarrolla la formación de menores.(Universitario.pe ,2017)

El Club cuenta con divisiones menores, desde los 5 años hasta los 18 años, siendo también otro club con un aporte importante en la formación de nuevos futbolistas en el medio. Se mencionará a los jugadores salidos de su cantera en los últimos años, que fueron vendidos al extranjero o los más sobresalientes.

- Carlos Caceda Ollaguez.

- José Carvallo Alonso.
- Andy Polo Andrade.
- Edison Flores Peralta.
- Raúl Ruidiaz Misitich.
- Juan Manuel Vargas Risco.
- Raúl Fernández Valverde.

- **Club Sporting Cristal s.a.**

Fue fundada en el distrito del Rímac, el 13 de diciembre de 1955, por los dueños de la Cervecería Backus, tiene como principal sede a la Florida del Rímac, donde realiza sus labores de formación de menores y equipo principal, su escenario deportivo es el estadio Alberto Gallardo. (Wikipedia, 2017)

El Club Sporting Cristal es uno de los clubes que se preocupa en la formación de futbolistas, y tiene mejores resultados, tiene mucha experiencia en lo que es formación. Tiene instalaciones adecuadas y material para poder formar buenos deportistas. (clubsportingcristal.pe ,2017).

Estos son algunos de sus jugadores salidos de sus canteras.

- Alberto Rodríguez Valdelomar.
- Christian Ramos Garagay.
- Pedro Aquino Sánchez.
- Yoshimar Yotún Flores.
- Renato Tapia Cortijo.

- Roberto Palacios Mestas.
- Nolberto Solano Todco.
- Christopher Olivares.

Son solo algunos de los jugadores que Sporting Cristal los pudo desarrollar de una manera eficiente como deportistas, quizá este Club sea el mejor en el sentido de formación deportiva, ya que cada año logra vender más futbolistas que otros clubes deportivos.

• **Club Centro Deportivo Municipal.**

Fundado el 17 de julio de 1935, es uno de los clubes que no tiene instalaciones propias, el estadio donde juegan es alquilado al municipio de Villa El Salvador, el estadio es Iván Elías Moreno del mismo distrito.

No tiene muy desarrollado el proyecto de formación de menores a pesar de ser un club muy antiguo, los problemas en la directiva en años anteriores, hicieron que proyectos de desarrollo formativo no fueron puestos en marcha. (elComercio, 2017)

Es uno de los pocos clubes que están en Lima que no tiene un trabajo serio en sus divisiones menores, quizá por ello no tiene jugadores que hayan sobresalido en el fútbol y que son de su cantera.

• **Club Deportivo Universidad de San Martín de Porres.**

Fue fundado en el 2004, uno de los clubes más nuevos y serios en todo el Perú, cuenta con instalaciones de última generación ubicadas en su polideportivo de Santa Anita, el club no cuenta con estadio propio, sus partidos lo realizan en diferentes recintos deportivos. (CDUSMP, 2017)

La formación en menores lo tienen muy bien planteados y desarrollados, desde los inicios, su idea era formar futbolistas y poder ponerlos en su primer equipo, su proyecto es ambicioso, además de llevar de la mano el fútbol con la educación.

Tiene algunos jugadores que salieron de sus canteras y en la actualidad son reconocidos.

- Christian Cueva Bravo.
- Pedro Gállese Quiroz.
- Ricardo Farro Caballero.
- Luis Iberico Robalino.
- José Bolívar.

Los clubes mencionados están dentro de la ciudad de Lima, a pesar de ello solo algunos clubes como Sporting Cristal y el club deportivo Universidad de San Martín de Porres, son los que tienen mejor desarrollado su estrategia de formación de deportistas, otros clubes como Universitario y Alianza Lima, están intentando o están avanzando en el desarrollo de proyectos en la formación de menores. Sin embargo, hay una preocupación en el club Deportivo Municipal, que a pesar de ser un club antiguo todavía no cuenta con una estrategia muy bien desarrollada en la formación de jugadores de fútbol.

ii. Futbolista profesional.

Calle (2015) explica que se entiende como un jugador o deportista profesional, aquel que dedica de forma voluntaria la práctica de algún deporte dentro de un club o una entidad deportiva, y todo esto a cambio de una retribución monetaria. A pesar de ello quedan descartados

aquellas personas que se dediquen a jugar ese deporte dentro de un club, pero solamente percibiendo una equivalencia a los gastos que derivan de la práctica deportiva.

Para Ricardo (2009) es considerado un futbolista profesional aquella persona que esté obligado por un tiempo determinado a jugar al fútbol en el club deportivo que pertenece, y que participe en los torneos profesionales, a cambio de ello una remuneración, que estará acreditado por las autoridades y las leyes.

Según el Artículo 2 del estatuto de la SAFAP, se entiende como Futbolistas Profesionales a los trabajadores que al tener una relación establecida de naturaleza regular, se ocupan voluntariamente al ejercicio del fútbol por cuenta y dentro de un ambiente de organización y la administración de los Clubes reconocidos como Persona Jurídica por el Código Civil o también la Ley General de Sociedades, todo a cambio de una remuneración, como dice la Ley N°26566 “Ley del Régimen Laboral del Futbolista Profesional”.

Entonces se puede manifestar que un futbolista se convierte en profesional, cuando ejerce de una manera voluntaria y continua, la acción de jugar fútbol, pero en competencias profesionales, esperando a cambio una retribución de parte del club, pero esta retribución ya habiéndose acordado en un contrato anticipadamente, por ese motivo existe una ley del futbolista profesional, donde se estipula todas las pautas que deben cumplir las dos partes.

2.2.2.2 Intermediarios del futbolista.

El reglamento de intermediarios de la FPF, define que un intermediario deportivo es una persona, natural o jurídica, que actúa en representación de

algún club o de un jugador en el proceso de negociación o ceremonia de un contrato de trabajo de futbolista profesional, o también en un acuerdo de transferencia nacional o internacional de un jugador profesional entre clubes. Este intermediario obtiene, por regla, una remuneración por la contraprestación de este servicio. (FPF, 2017)

Al intermediario deportivo se le puede considerar como un ángel de la guarda de los jugadores que representan ya que depende de ellos, se manejan sus diversos contratos, ya sean deportivos o extradeporativos, sus posibilidades de emigrar a otras ligas y muchas funciones más.

Los intermediarios consultados por BBC Mundo explican que, en términos generales, en la negociación de una transferencia suele haber tres "patas": los clubes, el jugador y el agente. El funcionamiento es sencillo. Todo nace, primero, a través del futbolista. Si no anda bien, nadie lo ve.

El trabajo básico de los intermediarios es estar al tanto de nuevas y quizá mejores propuestas en el contrato para sus representados, así como de conseguir contratos de patrocinio y también la de manejar económicamente la imagen del jugador de fútbol. Esta conlleva de acuerdo a la experiencia del intermediario, para así poder asesorar en la vida de su representado, como también recomendar las opciones más útiles en su desarrollo profesional. (Ramón, 2017)

Estos agentes nos llevan a entender que el proceso de internacionalización y desarrollo de las capacidades deportivas van de la mano, con el objetivo de crear un material humano que pueda satisfacer y estar a la altura de los objetivos planteados por el club/dueño que necesite los servicios de un futbolista.

i. Scouting Deportivo.

El Scouting deportivo es un proceso deportivo que permite acumular información mediante las anotaciones y filmaciones, para que más adelante se pueda analizar ciertos criterios sobre el equipo rival, también el nivel de nuestros jugadores, o el equipo nuestro. Todo con el objetivo de hacer una retroalimentación eficiente en el club, crear nuevos diseños de entrenamiento, o como también sirve al momento de seleccionar nuevos jugadores realizando los informes necesarios. (Botello, 2017)

Se puede considerar una metodología de estudio, en la cual se puede analizar el sistema interno y externo de un club deportivo. Este instrumento deportivo inicia con el pensamiento estratégico buscando un croquis de competencia del club, si será eficiente en el desarrollo del club, buscando el profesionalismo en el desarrollo técnico y capacidad humana.

El Scouting además de ser una herramienta de información también sirve para el asesoramiento deportivo dentro de un club, hacia el entrenador, gerente y/o el jugador de fútbol local o rival, englobando desde la captación y como estuvo desarrollando su parte deportiva, técnico-táctico.

Maestre (2013) define al Scouting deportivo como un medio de análisis detallado de las ocasiones que tiene un rival, y que permite conocer cuáles son las debilidades y fortalezas del posible rival, de esta manera se pueda minimizar los resultados negativos en un partido de fútbol de alta competencia.

Complementando a la idea anterior se puede agregar que el Scouting deportivo ayuda a encontrar elementos que carece el club, así facilitando y minimizando errores a las personas que finalizan las contrataciones.

ii. Contrato de fútbol.

El contrato de servicio viene a ser un acuerdo de voluntades, donde una de las partes realiza una actividad para otra parte, y como contra prestación se efectúa un pago por dicha actividad realizada. Esta definición está fuera del marco laboral, sino meramente contractual.

Entonces los jugadores de fútbol también cuentan con un contrato elaborado por el representante, intermediario o abogado, que sirve como prueba que el jugador pertenece a un club de fútbol, por tal motivo presta un servicio a un club para desarrollar su actividad deportiva y profesional, y toda la operación son mediados por un agente, intermediario o abogado.

Según Vásquez (2015) Los clubes o grupos empresariales al tener el contrato son propietarios de los derechos deportivos, económicos federativos de un jugador (Pase) mientras el contrato este vigente, pero existe la posibilidad de que un club a nivel nacional o internacional esté interesado en los servicios del jugador, este es el trabajo desempeñado por los Intermediarios de Jugadores quienes ofertan a los diferentes clubes de todas las divisiones alrededor del mundo.

Y si llega a concretarse dicha operación, el contrato de jugadores es el aval entre ellos. En dicho contrato se especifica todos los requerimientos de ambas partes, ya sea el valor monetario, seguridad física, vivienda y el tiempo que estará vigente el contrato, igualmente estará especificado los motivos por el cual se puede anular dicho contrato.

Además, para que dicho contrato no sea resuelto de una manera simple existen unas cláusulas llamadas, cláusulas de rescisión; Según el autor plantea que la cláusula sería descrita como la cantidad de dinero fijada por el club en el que presta sus servicios el futbolista y que debe pagar éste último en caso de que desista del contrato firmado. Esta posibilidad por parte de la entidad deportiva de recibir una suma líquida que actúa, en este caso, a modo de indemnización, preceptos que vienen a hablar de la extinción del contrato del deportista profesional y de los efectos que de tal situación se desprenden.

La cláusula de rescisión tiene por finalidad única el establecimiento de un equilibrio entre la libertad del deportista de cambiar de club y los intereses de la propia institución a la que sirve el jugador, con este método, se maneja un mecanismo a través del cual se cancela la posibilidad de que, ante la firma de un contrato, el club tenga que respetarlo indefectiblemente, así como opciones para el jugador, como, el que estaría habilitado para terminar con él en el momento en que tenga una oferta más interesante o, sencillamente, cuando le apetece, mediante el abono de la cantidad previamente coordinada. Diez (2012).

En la actualidad los contratos más caros de los jugadores de fútbol son:

Lionel Messi: 211 millones de euros, Neymar Jr. 222 millones de euros y Cristiano Ronaldo con 137 millones de euros.

Además, estas personas tienen que cumplir ciertos requisitos para poder desempeñarse en esta labor. Para llevar a cabo las contrataciones se tienen que bazar a las reglas que tiene cada Federación del País donde ejercen la profesión y también la reglamentación que la FIFA lo pone en

conocimiento, para evitar inconvenientes hacia el futbolista o el club de fútbol.

iii. Mercado de traspaso.

A pesar que a nivel de selecciones el Perú no tuvo los mejores rendimientos en años pasados, el 2017 fue uno de los años que todo el Perú recordará, porque se consiguió un pase al Mundial Rusia 2018, y gracias a ello en la actualidad varios futbolistas peruanos representan al Perú, algunos más antiguos que otros. Quizá esa es la razón que no sorprende ver cada día a más jugadores peruanos en el exterior.

Y quizá para esa hazaña tuvieron que pasar 36 años para que se pueda llegar a la cita mundialista, para algunos fue demasiado tiempo. Mucho tiempo se convivía con los fracasos. En la actualidad todo cambió por que se logró llegar a ese Mundial tan anhelado. (Norvani, 2017)

Los futbolistas peruanos que se desempeñan en el torneo nacional tienen un trabajo más complicado, ya que dependiendo de cómo se desenvuelven en el tiempo, pueden ser parte de una selección o parte importante en el club donde juega o quizá se vuelve en una necesidad de otros equipos de fútbol, que en el tiempo puedan requerir sus servicios.

El autor Diez, (2012: 303) plantea que el mercadeo de jugadores es una de las fórmulas utilizadas por los clubes de primer nivel deportivo para conseguir una suficiente financiación que les permita hacer frente a sus obligaciones económicas.

De esta manera, muchos talentos dejan desde muy temprana edad su patria para ir en busca de un sueño, que es brillar en el extranjero, sin embargo, no todo es como se puede observar, detrás de todo hay un

mundo complicado, y a veces se pierden en el mundo. (Denganche, 2017).

En el mundo deportivo del fútbol existen muchas ligas que se desenvuelven en cada país del planeta, cada uno con características muy diferentes, ya sea económico, competitivo, y geográfico. Estas ligas se desarrollan de acuerdo a la situación que vive el país donde se encuentra.

Por su parte el autor (Guerra, 2010) explica que con respecto al producto fútbol, la demanda en el Perú genera una fuerte oferta económica sobre este deporte aun teniendo un limitado desempeño deportivo tales como: Patrocinadores, medios de prensa, radio, televisión y recientemente el internet, estas entidades invierten muchísimo dinero en el fútbol peruano.

No obstante, su potencial de talentos, como producto está muy por debajo de un nivel de competencia de alto nivel y participan muy poco de los crecientes beneficios que reporta la actividad en el plano competitivo internacional. (Guerra. 2010).

Pero a pesar de todo, algunos futbolistas peruanos empiezan a tener un protagonismo distinto en varias partes del mundo, algunos tuvieron la oportunidad de emigrar a otras ligas mucho más importantes que la peruana, y quizá también se presenta la oportunidad de estar convocados en la selección peruana para el Mundial Rusia 2018 (Peru.com, 2018)

En el año 2016 y 2017 se internacionalizaron algunos jugadores peruanos, se presentará en la siguiente lista:

- Andy Polo.
- Ray Sandoval.

- Luis Advincula.
- Pedro Aquino.
- Irvén Ávila.
- Alexi Gómez.
- Roberto Villamarín.
- Pedro Gállese.
- Christian Ramos.
- Anderson Santamaría.
- Carlos Caceda.
- Wilder Cartagena.
- Alexander Callens.
- Hansell Riojas.
- Gino Guerrero.

Como se observa hay una cantidad nada despreciable, pero a comparación con países de nuestro entorno, la internacionalización de jugadores en el Perú es aún muy bajo.

Un ejemplo claro de internacionalización es Carlos Cáceda:

Carlos Cáceda: El salto al extranjero que lo dejaría sin Mundial. Dejo la U, emigró a Veracruz de México buscando la internacionalización, pero podría ser el tercer arquero, y podría quedarse fuera de Rusia 2018. Dio el paso que todo futbolista sueña en su carrera, que es jugar en el extranjero. (ElBocón, 2017)

Según BBC Mundo (2016) revelan cifras impresionantes, donde Argentina sigue siendo uno de los países con mayor número de transferencias e internacionalización de jugadores, donde:

En total el 2016 se internacionalizaron 13 995 jugadores de fútbol de Latinoamérica.

Argentina internacionalizó 4 025 jugadores, seguido por Brasil, con 3 456 jugadores, México con 1 766 jugadores, luego 1 223 de Colombia.

Viendo estas cifras se puede deducir que el Perú aún se encuentra a años luz con los países de la región en el tema de internacionalización de jugadores de fútbol.

iii.a. Ligas mundiales.

El planeta Tierra se encuentra dividido por continentes, llámese Europa, Asia, Oceanía, África y América. No obstante, en el plano futbolístico, hay una división de seis confederaciones de fútbol, cada continente con su confederación, pero el continente americano se divide en dos diferentes confederaciones.

Para empezar, el órgano rector del fútbol mundial es la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), pero tiene sus sedes en cada continente como: La Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL o CSF), Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA), Confederación Asiática de Fútbol (AFC), Confederación Africana de Fútbol (CAF), Confederación de Fútbol de Norte, Centroamérica y el Caribe (CONCACAF) Confederación de Fútbol de Oceanía (OFC). (FIFA, 2016).

Dentro de estas confederaciones de fútbol de cada continente se realizan campeonatos de clubes deportivos, llamados Liga de fútbol, que vienen a ser un sistema de competición deportiva donde los equipos de fútbol que se encuentran asociados en dichas confederaciones disputan campeonatos.

En el mundo hay diversidad de Ligas de fútbol, cada uno con características definidas y conocidas por las personas que comprenden el fútbol de una manera más deportiva que comercial.

Desde años pasados se coincide de una manera irrefutable que la Liga Santander de España, la Premier League de Inglaterra, la Bundesliga Alemana y la Serie A de Italia, son las ligas y campeonatos más competitivos de todo el mundo. En estas ligas están presentes los equipos más fuertes de todo el planeta, pues ahí se encuentran los mejores jugadores, los mejores entrenadores, las mejores hinchadas, el mejor desarrollo tecnológico-deportivo, claro que en otros países también están en ese camino del desarrollo deportivo. (Xurxo, 2017).

Según un estudio en el 2013, que fue realizado por un grupo de investigadores de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) y la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (URJC), concluyen que la Bundesliga es la liga más competitiva entre las cuatro principales, esto tras desarrollar un método que facilitó los procesos para poder medir lo que es la competitividad. (El Economista, 2013)

En Europa las mejores ligas en estos momentos son: Primera División de España (España), Premier League (Inglaterra), Serie A

(Italia), Bundesliga (Alemania), Ligue 1 (Francia), Primeira Liga (Portugal), Eredivisie (Holanda). (UEFA, 2017)

En América las ligas más importantes son: Liga MX (México), Primera División de Argentina (Argentina), Campeonato del Brasileirão (Brasil), Primera A (Colombia), Major League Soccer (Estados Unidos). (Conmebol, 2017)

Y otras ligas de primer nivel en el mundo son: Súper Liga Turca (Turquía), Premier League Ucraniana (Ucrania), Premier-Liga Rusa (Rusia), Súper Liga Griega (Grecia), y algunas ligas más que están en el primer nivel.

Entonces el propósito de un jugador de fútbol y las empresas deportivas dedicadas en la formación de menores es lograr insertar a sus jugadores a las ligas mundiales de primer nivel en Europa (UEFA) o en algunas ligas más destacadas de América y otras pocas en el resto del mundo.

En la investigación que se está realizando se enfoca en las ligas de Primer Nivel donde la parte competitiva es muy alta y en consecuencia las transacciones económicas internacionales son más cuantiosas. Esto genera una gran opción de desarrollar el mercado en la formación deportiva de menores.

La consecuencia de una buena formación deportiva del futbolista genera que haya un interés por el deportista, porque al tener un proceso formativo de calidad y que esté al nivel de otros deportistas, tiene la posibilidad de poder insertarse en otras ligas de fútbol de alto nivel en el mundo. Así poder crecer como persona y deportista, por la calidad de vida, el mejor equipamiento que

cuentan los clubes en las ligas de primer nivel, por lo tanto, poder seguir desarrollándose deportivamente.

2.2.2.3 Internacionalización.

Villarreal (2005) define a la internacionalización como una estrategia corporativa de desarrollo en la diversificación internacional mediante un proceso de evolución y dinamismo de largo plazo que afecta gradualmente a las actividades dentro de la cadena de valor y a la estructura de la empresa, pero siempre con el compromiso del crecimiento de los recursos y capacidades con el entorno internacional, basado en el conocimiento de crecer. La internacionalización se forma a partir de una serie de elementos, como la estrategia corporativa, estrategia de crecimiento, proceso evolutivo, diversificación geográfica internacional, compromiso, etcétera.

La internacionalización tiene su origen en la teoría clásica del comercio internacional, esto quiere decir que los países suelen especializarse en producir bienes y servicios en los cuales hay menor costo de producción, en tal caso el comercio internacional se da como resultado de la especialización y la segmentación del trabajo internacional; lo cual permite canalizar los recursos para el uso más productivo en cada país comprometiendo en las actividades comerciales. En este sistema, el país produce y exporta los productos que desarrolla de manera eficiente e importaría productos en los que no tiene eficacia produciendo. (Cardozo, Chavarro y Ramirez, 2006).

Al internacionalizar una empresa, una organización, club o una sociedad, implica participar de manera directa en otras empresas de otros países y además es un proceso que fortalece la unificación de países en una misma economía por medio del mejoramiento en la productividad de las empresas.

Se puede entender como internacionalización de los clubes, empresas u organizaciones, el lograr tener un estrecho puente comercial y a la vez productivo con el exterior, que por medio de ello se pueda colocar los diversos productos o también los servicios que brinden las empresas peruanas.

Este concepto se puede apoyar de la representación comercial, asimismo la presencia en los diversos medios de comercialización o quizá creando sociedades entre las empresas que sienten una conexión de sus productos o servicios, asimismo llegando a obtener franquicias entre ellos.

El internacionalizar también podría referirse al proceso de adaptar modalidades en acuerdos de intercambio a los mercados internacionales. (Andersen, 1993). Se puede deducir en esta definición que la internacionalización es una actividad dinámica e incluye estrategias de ingreso y búsqueda de los mercados internacionales.

En ese sentido la internacionalización es una búsqueda de mercados internacionales donde se pueda aplicar un comercio de bienes o servicios de manera más eficiente, entre empresas que puedan satisfacerse de las necesidades y de productos donde uno de ellos carece o se le hace complicado encontrar.

i. Internacionalización de servicios.

En su libro Cornejo (2010), menciona que una de las características más destacadas del comercio internacional en los últimos tiempos es la creciente importancia de los servicios. Estos sucesos no se pueden explicar solamente por cifras relativas, argumenta a los cambios profundos que ocurren en la parte económica mundial, en que los sectores se vincularon de una manera directa con la producción y comercialización de intangibles.

Jarrillo y Martínez (1991) profesores españoles consideran que, al momento de explicar las causas del proceso de internacionalización que ensayan el conjunto de empresas, los comercios internacionales de servicios toman un rol fundamental. Los profesores mencionados estiman que “las exportaciones de invisibles, como, el servicio de transporte, viajes, turismo, transacciones financieras, deportistas, etcétera, está en un creciente aumento, aún más rápido que la exportación de productos manufacturados.

El termino servicios según Shanton, Etzel y Walker (2004) lo definen como actividades que se pueden identificar y también son intangibles, que son el principal objeto de un acuerdo ideado para ofrecer una satisfacción a los posibles clientes en sus necesidades.

Según la Universidad de Palermo (2009), se entiende a servicios como las actividades que se identifican, intangibles y que son el principal objeto de una futura operación que pueda satisfacer una necesidad que tiene el consumidor.

Las empresas que producen o fabrican servicios, son aquellas que su objetivo principal es crear productos intangibles, y que el comprador pueda tenerlo en un tiempo prolongado, ósea lo que se vende es el servicio. Las características principales de un servicio son:

- Intangibilidad: El producto no se puede tocar, no se puede gustar, sentir, etc, esta es una característica que diferencia entre un producto y un servicio.
- Indivisibilidad: Significa que la venta es de un trato directo, no se pueden vender en demasiados mercados.

- Heterogéneo: Se podría decir que es difícil tener un estándar de los servicios, porque cada unidad es distinta a la otra. Ósea es difícil asegurar que un servicio es mejor o peor que el anterior.
- Caducidad: Los servicios son más susceptibles a perderse y no se puede almacenar.

Saldaña (2004) el servicio viene a ser un proceso de transmisión de acciones, un servicio se puede vender, rentar, intercambiar o también regalar. El servicio tiene un límite de tiempo, el usuario puede experimentar o utilizar todo ese servicio al límite, pero igual termina consumiéndose.

Lamb, Hair y McDaniel (2009), definen al servicio como el resultado del empleo de un esfuerzo humano o mecánico hacia más personas u objetos. Esos servicios se refieren a un acto, desempeño o un trabajo que no es posible tener físicamente.

Ese servicio al ser un conjunto de actividades, trabajos y esfuerzos que lo realiza el prestador de servicio, con un compromiso de obtener resultados intangibles. Con esos resultados el cliente portador del servicio obtiene satisfacción de sus necesidades.

ii. Internacionalización del jugador de fútbol.

Cornejo (2010) la FMI (Fondo Monetario Internacional) indica varios rubros de servicios, pero en el rubro de otros servicios empresariales considera los servicios de compraventa y otros servicios relacionados con el comercio, servicios de arrendamiento de explotación y servicios empresariales, profesionales y técnicos varios.

Aquí se encuentran los servicios personales, culturales, y recreativos, comprenden servicios audiovisuales, y conexos, otros servicios culturales prestados por residentes a no residentes y viceversa. Estas incluyen a las producciones de películas, programas de radios, grabación de músicas, y servicios relacionados con museos, bibliotecas, culturales y ahí se encuentran las actividades deportivas (fútbol, vóley, básquet, tenis, etcétera).

Un futbolista se convierte en mercancía desde el instante que empieza a ejercerlo, desde ese momento ya tiene un precio, y va aumentando depende a como mejora y hace buenos resultados, y si es así llega un momento en que puede ser contratado o es observado por algún agente o representante de algún equipo del mundo.

Para algunos este negocio de internacionalizar a jugadores de fútbol, es una inversión a futuro, porque se tiene la posibilidad de negociar a un jugador a un precio módico y luego realizar una transacción a un precio más alto, suena duro el tratar como mercancía a un jugador, pero el servicio que brinda, puede dar que se le denomine de esa manera.

Roggiero (2012; 80) manifiesta que los clubes que intentan desarrollar modelos de exportación de jugadores, tienen que mencionar que el principal deseo de la estrategia es poder mejorar el cumplimiento deportivo del club. Así que tienen que manejar de una manera en que la internacionalización de un jugador no pueda desequilibrar la estructura de su equipo.

Panfichi (2007) señala que se debería partir de una idea, que la realidad del fútbol peruano nunca fue una potencia en este deporte, pero los hinchas tienen la idea imaginaria de que los clubes o selecciones que

participen en cualquier torneo van a llegar a ser campeones. Esto viene a ser una simple leyenda, una idea fantasiosa que permite imaginarse que se puede ganar, sin una base deportiva, ni una organización bien estructurada que pueda manejarse.

Según Diez (2012; 266) cuando se habla de obtención de ingresos en un equipo por la internacionalización de jugadores, supone hablar obligatoriamente de tres aspectos básicos, al momento de realizar una contratación y transferencia de un jugador de fútbol, estas son: las cláusulas de rescisión, los derechos de formación y el mercado de deportistas.

Londoño (2010:29) sostiene que se debe comprender como una transferencia internacional cuando hay un cambio de club que pertenece a una asociación nacional con otra similar y que lo realiza el jugador de fútbol. Todas estas operaciones la regulan el Reglamento sobre el Estatuto y la Transferencia de Jugadores que es diseñada por la FIFA, y ese documento regula y norma de una manera específica como se realiza cualquier transferencia internacional obligando el cumplimiento de la misma.

Así como mencionan los autores anteriores, se puede decir que la internacionalización de jugadores es una fórmula de conseguir financiación para poder llevar frente a las obligaciones económicas que tienen en una temporada de fútbol.

En esa internacionalización, se genera varios beneficios que son importantes para el club, pero estas tienen figuras jurídicas que cumplir, que actualmente juegan un papel indispensable a la hora de realizar una internacionalización de un jugador.

La internacionalización de un jugador se convierte en pieza clave de la organización deportiva, si se lleva de una manera correcta se puede convertir en un soporte económico muy importante, y no solo eso, sino también el mercado nacional se vuelve atractivo frente al mundo.

La venta de jugadores tiene una secuencia de actos, simplemente es llevar un jugador de un Club “A” al Club “B”, esto se da porque el segundo club le ofrece un dinero al primer club, a cambio de rescindir un contrato que lo ata con el jugador, y también le transfiera sus derechos de jugador. (Sánchez, 2015).

ii.a. Fichajes en el mundo.

En el proceso de internacionalización de jugadores llegó a la cumbre en el 2017, paso a la historia como el mercado de traspaso más caro de la historia, y no solo por el traspaso de un jugador, si no la suma de jugadores y de dinero fue exorbitante.

Los clubes europeos gastaron aproximadamente 5.116 millones de euros en traspasos durante el 2017, cifra más alta en la historia superando al de un año anterior en un 32.7%. Esto está reflejado en un informe global que presentó la FIFA sobre la internacionalización de jugadores, y el 67.4% de los 5.116 millones fueron realizados solamente por 50 clubes de las 13 federaciones miembro y alrededor de 13 415 futbolistas de 181 nacionalidades.

En el 2016 se tuvo al mayor fichaje del mundo y de la historia, que fue del jugador francés Paul Pogba, fue de la Juventus de Italia al Manchester United de Inglaterra, esto valió aproximadamente unos 110 millones de euros, este superando al de un año anterior que fue de Gareth Bale al pasar del Tottenham de Londres al Real

Madrid de España, que en ese momento era de 101 millones de euros.

Pero las cifras antes mencionadas quedan en el olvido cuando en el 2017 se realizó el mayor traspaso de la historia del fútbol, que fue de 222 millones de euros, todo un record del mundo, y se refiere meramente al fichaje que hizo el Paris Saint Germain de Francia al Barcelona de España por Neymar da Silva Santos Júnior.

No queda ninguna duda que los fichajes del mercado en la temporada 2017 pasarán a la historia, será como el verano de Neymar, Morata, Lukaku o Mendy, todos estos jugadores fueron traspasados de un club a otro a cambio de cifras estratosféricas que suponen que los próximos mercados de fichajes se vean muy complicados que se mueva demasiado dinero. (Marca.com, 2017)

Pero también no se puede dejar de lado a grandes figuras del fútbol que fueron los más caros del mundo, como, por ejemplo:

- Cristiano Ronaldo (Manchester United - Real Madrid): 94 millones.
- Gonzalo Higuaín (Nápoles - Juventus): 90 millones.
- James Rodríguez (AS Mónaco - Real Madrid): 75 millones.
- Ángel Di María (Real Madrid - Manchester United): 75 millones.
- Zinedine Zidane (Juventus - Real Madrid): 75 millones.
- Kevin De Bruyne (Wolfsburgo - Manchester City): 74 millones.
- Zlatan Ibrahimović (Inter de Milán - Barcelona): 69 millones.

Según Díez García (2012) Los beneficios que puede llegar a obtener un club a través del traspaso de jugadores son realmente importantes, lo que ha supuesto que la evolución del balompié tanto español como mundial se haya visto unida al establecimiento de determinadas figuras jurídicas que, en la actualidad, juegan un papel imprescindible a la hora de adentrarse en ese fenómeno de compraventa de futbolistas. Es así que, en aras de conseguir un entendimiento de este complicado ámbito mercantil, hay que prestar especial atención a dos elementos básicos: las cláusulas de rescisión y los derechos de formación.

Todo negocio deportivo viene de la mano con los resultados que se muestran dentro de las ligas donde pertenecen y fuera de ellas, en los campeonatos internacionales, llámese Champions League, Copa Libertadores, Copa Mundial y demás campeonatos que se realizan en el planeta.

Real Madrid: canteranos han movido más de 100 millones de euros esta temporada.

Real Madrid ha evolucionado en su forma de pensar. De gastar millones de dólares en fichajes extravagantes (no todos han rendido como se esperaba), se ha convertido en uno de los clubes que más dinero ha hecho entrar a sus arcas con la venta de canteranos (Depor, 2016)

Como se puede observar en el ejemplo anterior, Real Madrid adopta una estrategia de mercado, formar y vender, así el equipo 'Merengue' obtiene ganancias exorbitantes para poder continuar en

la competencia y llevar así adelante el crecimiento económico y empresarial.

2.3 Definición de términos básicos.

- **Auspicio:** Es una garantía que se puede solicitar desde la organización de un evento a entidades públicas o privadas con el fin de darle una mayor importancia al encuentro que se está organizando, son financiadas directamente, ya que mayormente estas empresas utilizan el “canje”.
- **Cantera deportiva:** Conocido a las divisiones inferiores y formativas de los clubes deportivos profesionales.
- **Canterano:** Que pertenece a la cantera deportiva de un equipo o que procede recientemente de ella.
- **Cláusula:** Es un contrato, un documento por lo general escrito en el que se establecen condiciones y posiciones acerca de un acuerdo determinado.
- **Cognitivo:** Es aquello que pertenece o que está relacionado al conocimiento. A la vez es el cumulo de informaciones que se dispone gracias a un proceso de aprendizaje.
- **CONMEBOL:** Confederación Sudamericana de Fútbol.
- **Consumismo:** Tendencia al consumo excesivo e innecesario de bienes y productos.
- **Copa Federación:** Es un campeonato de fútbol promocionado por la Federación peruana de Fútbol.
- **Derecho de Formación:** Es el procedimiento por el cual los clubes de futbol cobran la indemnización por la formación que hacen de los jugadores de sus canteras que luego son transferidos a clubes de mayor nivel y el mecanismo de solidaridad.

- **Federación:** Es una organización que tiene como función principal la regulación y organización del deporte.
- **FIFA:** Fédération Internationale de Football Association en castellano Federación Internacional de Fútbol Asociación.
- **Figura jurídica:** Se define como un elemento que está contemplado en la ley.
- **Fichaje:** Es el período del año durante el cual se pueden realizar transferencias de jugadores entre clubes de fútbol.
- **FPF:** Federación Peruana de Fútbol.
- **Gestión deportiva:** Está relacionada con las actividades que realiza un administrador, es decir, acciones encaminadas a planear, organizar, dirigir, ejecutar y controlar todo lo relacionado con el deporte.
- **IPD:** Instituto Peruano del Deporte.
- **IVA:** Impuesto del Valor Agregado.
- **Jugador Polivalente:** Es aquel jugador que ofrece soluciones en todo el campo de juego.
- **Mercadeo:** Es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular.
- **Neuromotriz:** Esta encargado en la interrelación con el exterior y genera movimiento, está formado por el sistema Miofascial, que componen los huesos, músculos, articulaciones y fascias.
- **Patrocinio:** Es el pacto para poder transmitir una marca o producto a posibles consumidores en un evento deportivo.

- **Primera División de Perú:** Máxima categoría de los campeonatos de fútbol oficial en el Perú.
- **Profesionalismo:** Característica de la persona que desempeña un deporte u otra actividad como profesión o modo de ganarse la vida.
- **Psicoevolutivas:** Se trata de los ámbitos del desarrollo de la personalidad: desarrollo cognitivo, psicomotriz, afectivos y evolución deportiva.
- **Rescisión:** Anulación de un contrato u otra obligación legal.
- **Traspaso:** Cesión del dominio o derecho que se tiene sobre un local, un establecimiento, un jugador, etc., todo a cambio de dinero.
- **Sponsors:** Es una persona o una organización que patrocina, apoya o financia una actividad o proyecto, habitualmente con fines publicitarios.
- **UEFA:** Union of European Football Associations en castellano Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol.
- **VIDENA:** Villa Deportiva Nacional.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO.

3.1 Hipótesis.

3.1.1 Hipótesis general.

El desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima se relaciona en gran medida con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

3.1.2 Hipótesis específicas.

- a) El desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima se relaciona altamente con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.
- b) Existe una alta relación entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario deportivo durante el año 2017.

3.2 Definición de variables.

3.2.1 Definición conceptual.

3.2.1.1 Variable independiente: Desarrollo empresarial deportivo.

El desarrollo empresarial deportivo enlaza diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización deportiva hacia la consecución de sus objetivos. Componentes como liderazgo, crecimiento económico, cultura empresarial, gestión del conocimiento deportivo y la innovación deportiva. Es una idea integradora con el que se puede obtener un impacto positivo en todas las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano.

3.2.1.2 Variable dependiente: Internacionalización del futbolista.

Para Díez (2012) menciona el fútbol como una actividad deportiva y de negocio con alto consumismo. La internacionalización de futbolistas en el mundo es una de las fórmulas que utilizan por los clubes deportivos para conseguir una suficiente financiación que les permita cumplir con las obligaciones económicas que se tiene en un club.

Cuando se dio inicio al profesionalismo del fútbol, los fichajes de jugadores han sido una constante transacción –en ocasiones descontrolada- que está presente en el fútbol exclusivamente. Los beneficios que se puede obtener para el club de fútbol a través del traspaso de sus jugadores son realmente altos.

3.2.2 Definición Operacional.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Desarrollo empresarial deportivo	Negocio del fútbol	Marketing de fútbol
	Formación deportiva	Interventores en la formación deportiva
		Proceso de formación deportiva
		Tecnología deportiva
	Alianzas estratégicas	Gestión deportiva
		Beneficio empresarial
Internacionalización del futbolista	Intermediario del futbolista	Agencia deportiva
		Scouting deportivo
	Contratos deportivos	Fichajes
		Cláusulas
	Mercado de traspaso	Federaciones
		Ligas mundiales

3.3 Metodología.

3.3.1 Tipo de estudio.

La investigación es de tipo aplicada llamada también práctica-empírica. Porque la investigación empírica se define como la investigación basada en la observación para describir algún fenómeno o para probar una hipótesis planteada, además se basa en la acumulación de datos que posteriormente se analizarán e interpretarán para poder determinar el significado de los datos recolectados.

Para poder llegar a los resultados se tiene que seguir unos pasos llamado “ciclo empírico”, que inicia con la observación, primer paso donde se recoge los hechos para plantear la hipótesis, luego viene la inducción, paso donde se forma la hipótesis, paso siguiente la deducción, es el hecho de deducir las consecuencias que tienen los datos empíricos recién adquiridos, y siguiendo el ciclo viene las pruebas, esto netamente es probar la hipótesis con los nuevos datos y finalmente se realiza la evaluación de los resultados de las pruebas.

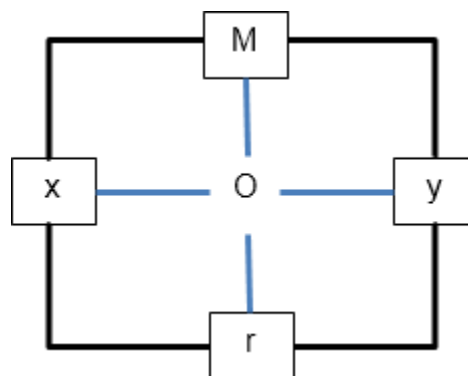
3.3.2 Diseño.

El diseño que se aplicó en la investigación es no experimental, porque no se está manipulando la variable independiente en este caso el desarrollo empresarial deportivo, la investigación está desarrollada en un contexto natural.

Además, en la investigación también se utilizará el diseño transversal-seccional, porque se aplicará solo una vez el instrumento, que en este caso es el cuestionario de encuesta, y que va direccionado a las personas involucradas en la investigación que en este caso son los jugadores de fútbol profesional.

Finalmente se aplicará el diagrama del diseño de Corte Transversal de la investigación.

El diagrama correspondiente es la siguiente:



Simbología:

x: Variable independiente o atributiva.

y: Variable dependiente o atributiva.

r: Relación entre variables.

O: Observaciones.

M: Muestra (animada).

3.3.3 Población y muestra.

3.3.3.1 Población.

La investigación tiene como población a personas, y específicamente a los jugadores profesionales de fútbol que se encuentran enmarcados en Lima Metropolitana.

Asimismo, es una población limitada o finita, porque es menor o igual a las 100 000 personas, estas siendo homogéneos, porque pertenecen al entorno deportivo del fútbol y tienen el mismo desempeño que viene a ser el deporte el fútbol, y la cantidad centrada para la investigación de la región Lima es de 28 jugadores de fútbol profesional.

3.3.3.2 Muestra.

La muestra es parte, subconjunto o fracción de un conjunto más grande de ciertos elementos en estudio, nuestro grupo representativo de elementos de la investigación.

Para la selección de la muestra se utilizará el muestreo no probabilístico por conveniencia conformado por 28 jugadores, siendo el 100% del total de la población.

3.3.4 Método de investigación.

Esta investigación se desarrolló considerando el Método Científico, este método general está apoyado por diversos métodos particulares, como el método analítico-sintético, el método inductivo, el método hipotético-deductivo, el método hermenéutico, el método estadístico, el método analógico, y también el método dialectico.

A continuación, veremos cómo se aplicó cada método en la investigación:

- **Método analítico-sintético:** Se aplicó este método, porque se tuvo que desmembrar toda la investigación, descomponiendo cada parte, para que así se pueda observar las causas de un buen desarrollo empresarial deportivo y de la formación deportiva, además los efectos que tienen la internacionalización del futbolista peruano, y posteriormente relacionar con una síntesis general sobre el desarrollo empresarial y la internacionalización del futbolista.
- **Método inductivo:** Este método se utilizó para obtener nuestras conclusiones, y se llegó ahí de acuerdo vamos respondiendo a las hipótesis que fueron planteadas, constatar si hay relación entre la internacionalización del futbolista peruano y el desarrollo empresarial deportivo, pero todo esto siguiendo los pasos de la observación, la generalización y constatar las posibles respuestas.
- **Método hipotético-deductivo:** Se aplicó este método, porque es el procedimiento que se sigue en la investigación, primero se observó el fenómeno de la internacionalización del futbolista peruano y porque motivo ocurre, si está asociado al desarrollo empresarial, seguidamente se plantearon diversas hipótesis para poder explicar o deducir del porque sucede dicho fenómeno de la internacionalización del jugador peruano y el desarrollo empresarial en el fútbol, para luego comprobar la verdad de dichas deducciones comparándolas con las experiencias vividas, dentro de los clubes deportivos, centros de alto rendimiento o en la Federación Peruana de Fútbol. En este método se tiene que reflexionar racionalmente, ya que al crear las hipótesis se tiene que verificar con lo que sucede en la realidad, para que finalmente lo que se plantea en la investigación pueda ser aceptada o refutada.
- **Método hermenéutico:** En la presente investigación se aplicó el método para poder explicar, esclarecer, además interpretar y comprender el fenómeno de la internacionalización del jugador peruano, obteniendo la información de

diversos medios, además se utilizó para redactar el glosario de términos, ya que hay palabras que no son muy utilizados habitualmente, también en la sintaxis que se necesita para tener una buena redacción de los problemas objetivos y bases teóricas.

- **Método estadístico:** La investigación utilizó este método porque manejaremos datos de nuestra encuesta realizada a los jugadores de fútbol en primer momento se recogerá información, ósea la medición de las variables, seguidamente la información obtenida será sometida a una revisión, luego se plasmara la información en cuadros o gráficos estadísticos, ya que gracias a los cuadros se facilitara la inspección visual de la información que tenemos de una manera rápida la que luego se realizara una síntesis de la información, hacer el resumen de todo lo anterior para que sea más fácil la comprensión de la aplicación del método, y finalmente se hará la comparación de resultados y evaluar cuál es la más apropiada.
- **Método analógico:** Este método se consideró, porque se compara la situación actual en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes profesionales y la internacionalización del jugador peruano, para posteriormente dar conclusiones y así conocer cómo fueron los procesos en el pasado, también lo que pasa en la actualidad y además con una proyección de modificar el futuro, así podremos comparar muchas situaciones como fue el desarrollo en anteriores años o cuantos jugadores se internacionalizaban, y además proyectándonos a una mejora en el futuro.
- **Método dialéctico:** Se utilizó el método para poder comprender el fenómeno en la internacionalización del jugador peruano y el desarrollo empresarial deportivo, nos ayuda a plantear la primera idea que se tiene sobre la investigación, y además ordenar esas ideas. Se genera la tesis, luego la

oposición de la investigación y finalmente se combina y generamos una síntesis total.

3.3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.3.5.1 Técnicas de recolección de datos.

La técnica que se utilizó en la investigación para poder acceder al conocimiento fue la encuesta. Ya que nos permitió obtener y elaborar datos de un modo más rápido y efectivo. Además, es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se puede recoger y analizar una serie de datos de acuerdo a lo que se está buscando para la investigación.

La encuesta fue dirigida a las personas involucradas netamente en la internacionalización y al desarrollo empresarial deportivo, ellos vienen a ser los jugadores profesionales de fútbol.

La encuesta tendrá preguntas con el objetivo de absolver o dar una perspectiva actual de cómo se está llevando la formación, crecimiento y desarrollo del fútbol peruano.

3.3.5.2 Instrumentos de recolección de datos.

El instrumento que se aplicó será el cuestionario de encuesta, dirigido a la unidad de análisis, en este caso son los más especialistas en el tema de la investigación.

El cuestionario consta de varias partes, de una forma que se pueda desarrollar con mayor facilidad.

- En la primera parte se tiene un encabezamiento donde se colocará el logo de la Universidad, el título de la investigación; una solicitud de desarrollo,

además el objetivo de la encuesta y por ultimo las instrucciones del desarrollo de la encuesta.

- En la segunda parte se tiene un bloque que es de identificación o también llamados datos sociodemográficos, comprende la edad, nivel educativo y datos deportivos del jugador.
- La tercera parte se encuentra la medición de las variables en estudio, que ella está compuesta por 34 preguntas cerradas politómicas, de nivel cualitativo y cuantitativo, de tipo escala Likert, como nominal y ordinal, además de discretas, todas las preguntas están enfocadas en la medición directa del desarrollo empresarial deportivo y de la internacionalización de futbolistas.

3.3.6 Métodos de Análisis de datos.

El procesamiento de la información recolectada en la práctica científica y además ha permitido la comprobación de la hipótesis, se alcanza a través del uso de la estadística descriptiva, y se hace uso del programa estadístico de las ciencias sociales como el SPSS 24 y Excel 2013.

3.3.6.1 Estadística descriptiva.

La estadística descriptiva, se emplea para abreviar, recolectar, analizar la información de un conjunto de datos en la forma de tabular y graficar, es decir, que el resumen del conjunto de datos se realiza considerando la distribución de las distintas frecuencias, como el promedio, media, moda, frecuencia absoluta, además de las gráficas de barras para representar los datos cualitativos (barras y de sectores), las cuales sirven para representar datos cualitativos y para representar los datos cuantitativas se hará uso de los histogramas.

3.3.6.2 Estadística inferencial

En la estadística inferencial, se ha realizado una prueba no paramétrica de independencia Chi cuadrado o Ji cuadrado (χ^2), porque se pretende determinar la hipótesis acerca de la asociación entre dos variables categóricas, y pertenecientes a los niveles de medición nominal u ordinal.

La prueba de hipótesis se ha ejecutado mediante la aplicación de la fórmula estadística del Chi cuadrado o ji cuadrado:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dónde:

χ^2 = Valor estadístico de la ji cuadrado.

O_i = Frecuencia observada.

E_i = Frecuencia esperada.

3.3.6.3 Validez.

La validación del instrumento se llega a través del juicio de diferentes expertos, gracias al apoyo de los expertos metodólogos de la Universidad Tecnológica del Perú, asimismo de profesionales experimentados en el rubro de deporte nacional y mundial, con la ayuda de los expertos se obtuvo la aprobación de la encuesta.

La validación del instrumento que realizó cada uno de los expertos, lo hicieron en primer momento revisando detalladamente cada pregunta y seguidamente de brindaron las sugerencias respectivas y observaciones para llegar a perfeccionarlos.

Sucesivamente validaron el instrumento final, donde cada uno de ellos calificó con un promedio, los puntos que fueron considerados fueron, claridad,

coherencia, validez, organización, confiabilidad, control de sesgo, consistencia, marco de referencia, extensión e inocuidad de la encuesta.

Para argumentar la validez del instrumento, se ha utilizado la prueba de juicio de experto y se llegó mediante la fórmula del Coeficiente de validez de Aiken.

$$V = \frac{S}{(n(c - 1))}$$

Dónde:

S= La sumatoria de sí.

Si= Valor asignado por el juez i.

N= número de jueces.

C= número de valores de la escala de valoración.

3.3.6.4 Confiabilidad.

La confiabilidad del instrumento en esta investigación se ha realizado mediante el coeficiente de Alfa de Cron Bach, que fue desarrollado por Joseph Lee Cron Bach, ya que este requiere de una sola administración del instrumento para la medición.

La fórmula utilizada para determinar la confiabilidad del instrumento de esta investigación es:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

S_i^2 = Varianza del ítem i.

S_t^2 = varianza de los valores totales observados.

k= número de preguntas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS.

4.1 Descripción / Confiabilidad.

Validez.

La evaluación del instrumento mediante el juicio de expertos, método de validación cada vez más utilizado en la investigación, “consiste, básicamente, en solicitar a una serie de personas la demanda de un juicio hacia un objeto, un instrumento, un material de enseñanza, o su opinión respecto a un aspecto concreto” (Cabero y Llorente, 2013:14).

ÍTEMS	JUEZ 1	JUEZ 2	JUEZ 3	PROMEDIO	S	V DE AIKEN	DESCRIPTIVO
ÍTEM 1	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 2	1	2	2	1.8	0.37	0.92	Válido
ÍTEM 3	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 4	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 5	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 6	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 7	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 8	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 9	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 10	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 11	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 12	2	1	2	1.8	0.37	0.92	Válido
ÍTEM 13	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 14	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 15	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 16	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 17	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 18	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 19	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 20	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 21	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 22	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 23	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 24	2	2	1	1.8	0.37	0.92	Válido
ÍTEM 25	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 26	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 27	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 28	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 29	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 30	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 31	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 32	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 33	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido
ÍTEM 34	2	2	2	2.0	0	1.00	Válido

Fuente: Informe de los expertos sobre validez y aplicabilidad del instrumento.

Opinión de aplicabilidad: Es válido y aplicable.

Valoración: 0.92 - 1.00 = excelente validez.

Confiabilidad.

Nunnally y Bernstein (1994) afirman que: “debe desarrollarse una búsqueda permanente para alcanzar una fiabilidad de 0,70 o superior”.

Scale: all variables

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	28	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	28	100,0

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,907	,920	34

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Inter-Item Correlations	,794	,691	1,000	,309	1,447	,025	34

Interpretación:

El coeficiente de Alpha de Cronbach que corresponde a este instrumento de medición u observación de las variables en estudio, el cual está conformado por treinta y cuatro reactivos politómicos es de 0.907, con lo que su fiabilidad se puede considerar buena o bastante aceptable.

4.2 Comprobación de Hipótesis.

4.2.1 Estadística descriptiva.

Presentación, análisis e interpretación de resultados.

Datos generales o de identificación.

Tabla 1

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Edades		
18 a 24	16	57%
25 a 30	7	25%
31 a 36	5	18%
Total	28	100%

Gráfico 1



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

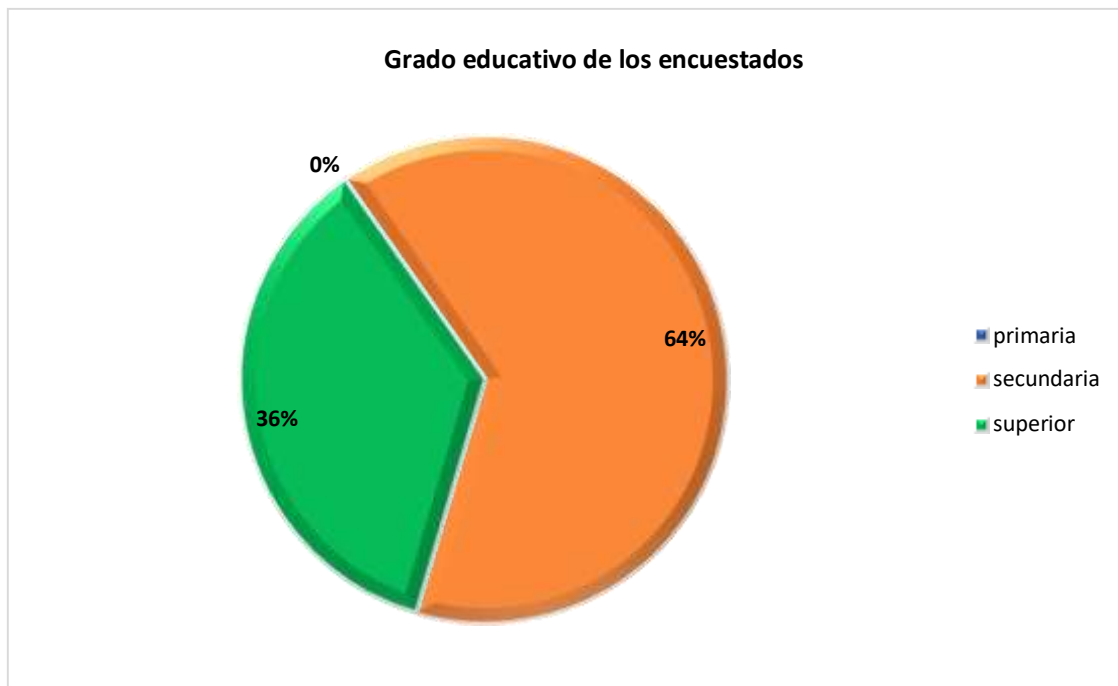
Según la información determinada en la tabla y gráfico, se percibe que del 100% de los encuestados, el 57% de los jugadores de futbol tienen entre 18 a 24 años, el 25% tienen entre 25 a 30 años, mientras el 18% tienen entre 31 a 36 años de edad.

Grado educativo de los encuestados

Tabla 2

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Grado Educativo		
primaria	0	0%
secundaria	18	64%
superior	10	36%
total	28	100%

Gráfico 2



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

Según la información que se puede apreciar en la tabla y gráfico, se percibe que del 100% de los encuestados, el 64% de los jugadores de fútbol cuentan con estudios de nivel secundario y el 36% de los encuestados tienen estudios de nivel superior.

I. Medición de las Variables.

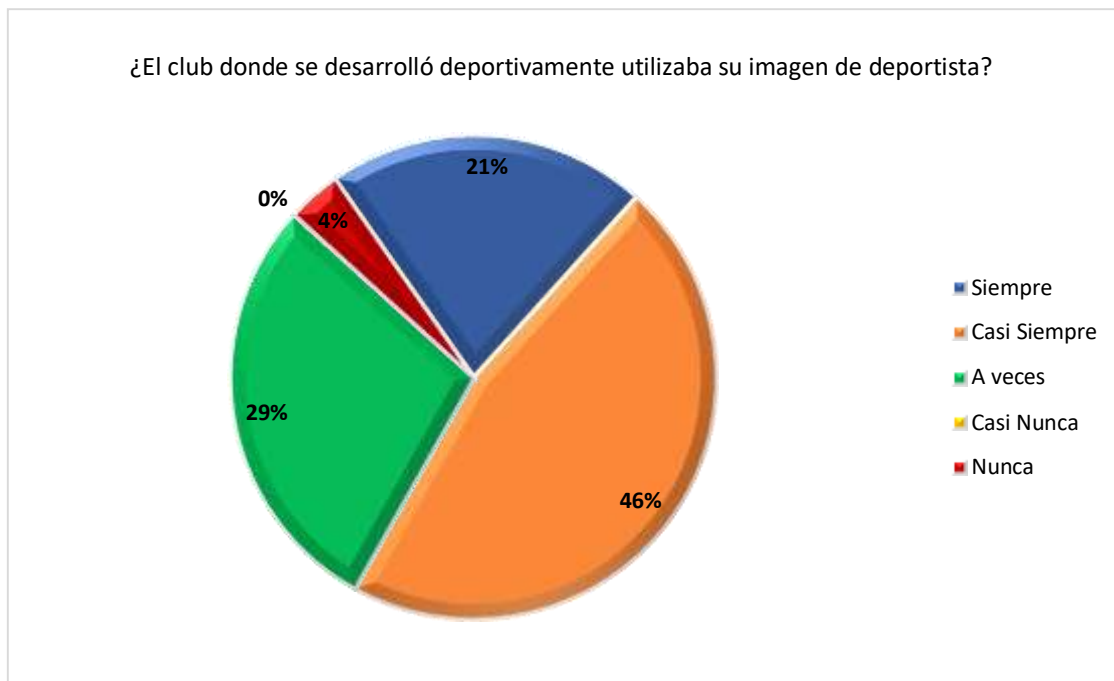
Pregunta N° 1.

¿El club donde se desarrolló deportivamente utilizaba su imagen de deportista?

Tabla 3.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	6	21%
Casi Siempre	13	46%
A veces	8	29%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	1	4%
Total	28	100%

Gráfico 3.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y el gráfico, de la pregunta N° 1 donde se consultó a los deportistas si el club donde se desarrolló deportivamente utilizaba su imagen como deportista. Se percibe que del 100% de los encuestados: el 46% respondió “casi siempre”, el 29% mencionaron “a veces”, el 21% “siempre” y 4% indicaron “nunca”.

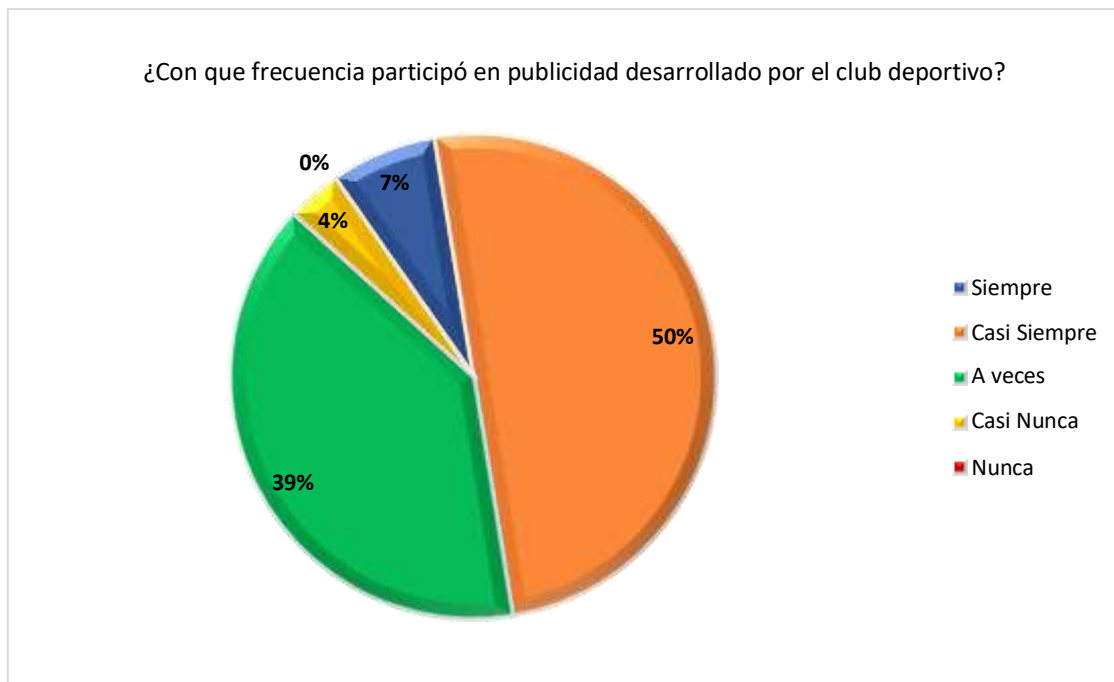
Pregunta N° 2.

¿Con que frecuencia participó en publicidad desarrollado por el club deportivo?

Tabla 4.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	2	7%
Casi Siempre	14	50%
A veces	11	39%
Casi Nunca	1	4%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 4.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 2 donde se consultó a los deportistas sobre la frecuencia con que participaron en publicidad desarrollado por el club deportivo. Del 100% de los encuestados las respuestas fueron: el 50% mencionaron "casi siempre", mientras el 39% dijeron "a veces", el 7% "siempre", 4 % "casi nunca".

Pregunta N° 3.

¿Se encontraban presentes todos los interventores (entrenador, preparador físico, psicólogo, nutricionista, medico, fisioterapeuta club(es) en el club donde te formaste deportivamente?

Tabla 5.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	1	4%
Casi Siempre	2	7%
A veces	5	18%
Casi Nunca	8	29%
Nunca	12	43%
Total	28	100%

Gráfico 5.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y le gráfico, de la pregunta N° 3 donde se consultó a los deportistas sobre ¿si se encontraban presentes todos los interventores (entrenador, preparador físico, psicólogo, nutricionista, medico, fisioterapeuta club(es) en el club donde te formaste deportivamente?, se advierte del 100% de encuestados, el 43% mencionaron que “nunca”, 29% dijeron “casi nunca”, el 18% “a veces”, el 7% mencionan “casi siempre” y 3% “siempre”.

Pregunta N° 4.

¿Los interventores asumieron su función acorde a las necesidades del jugador de fútbol, para el mejor desarrollo deportivo?

Tabla 6.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	3	11%
Casi Siempre	11	39%
A veces	13	46%
Casi Nunca	1	4%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 6.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 4, donde se consultó a los deportistas sobre si los interventores asumieron su función acorde a las necesidades del jugador de fútbol, para el mejor desarrollo deportivo, el 46% de los encuestados mencionaron que “a veces”, el 39% mencionaron “casi siempre”, el 11% dijeron “siempre” y el 4% “casi nunca”.

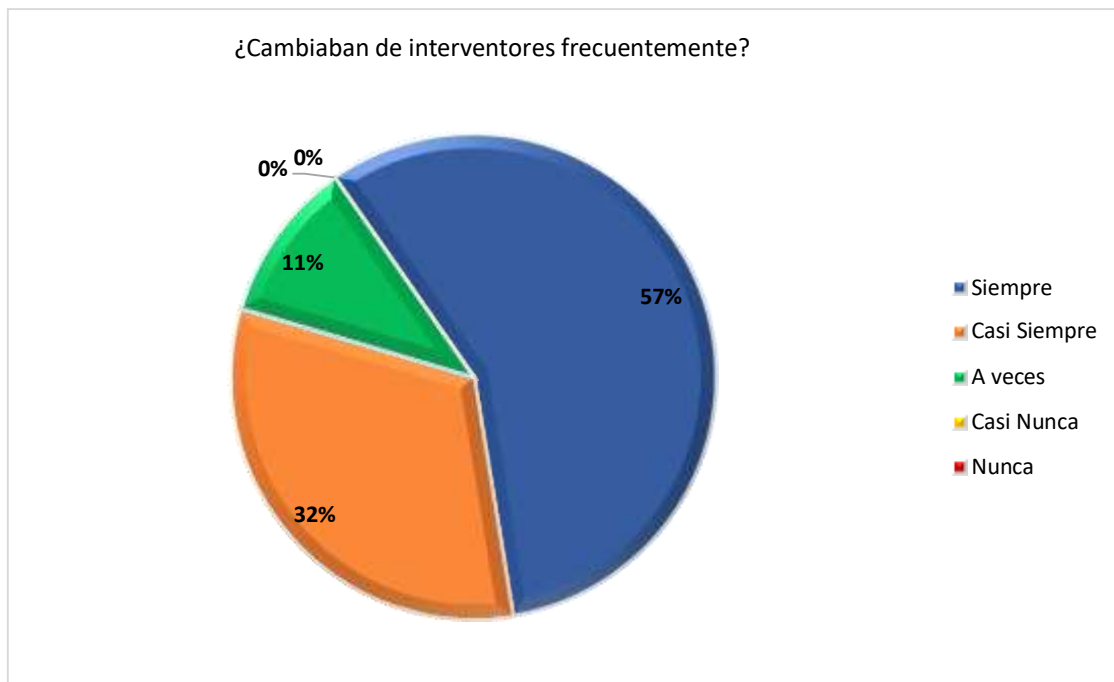
Pregunta N° 5.

¿Cambiaban de interventores frecuentemente?

Tabla 7.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	16	57%
Casi Siempre	9	32%
A veces	3	11%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 7.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 5, donde se consultó a los deportistas sobre si cambiaban de interventores frecuentemente, el 57% mencionaron que “siempre” se realizan pruebas físicas, el 32% dijeron que “casi siempre” y el 11% mencionaron “a veces”.

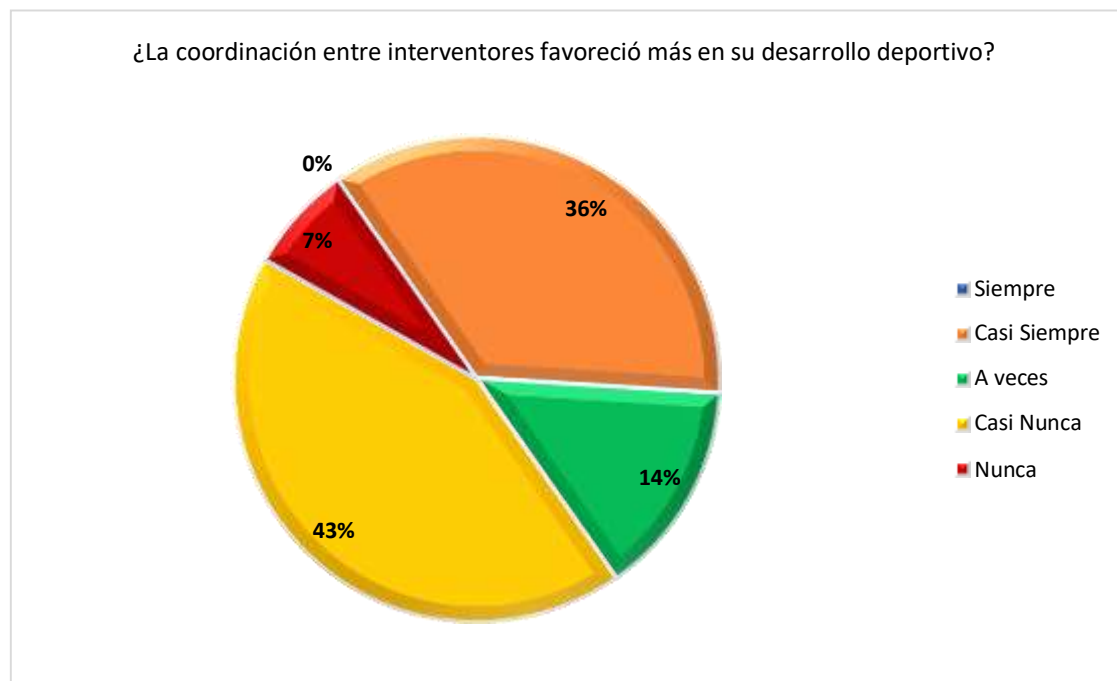
Pregunta N° 6.

¿La coordinación entre interventores favoreció más en su desarrollo deportivo?

Tabla 8.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	10	36%
A veces	4	14%
Casi Nunca	12	43%
Nunca	2	7%
Total	28	100%

Gráfico 8.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y el gráfico, de la pregunta N° 6 donde se consultó a los deportistas si la coordinación entre interventores favoreció más en su desarrollo deportivo, el 43% mencionaron “casi nunca”, un 36% “casi siempre”, el 14% “a veces” y el 7% “nunca”.

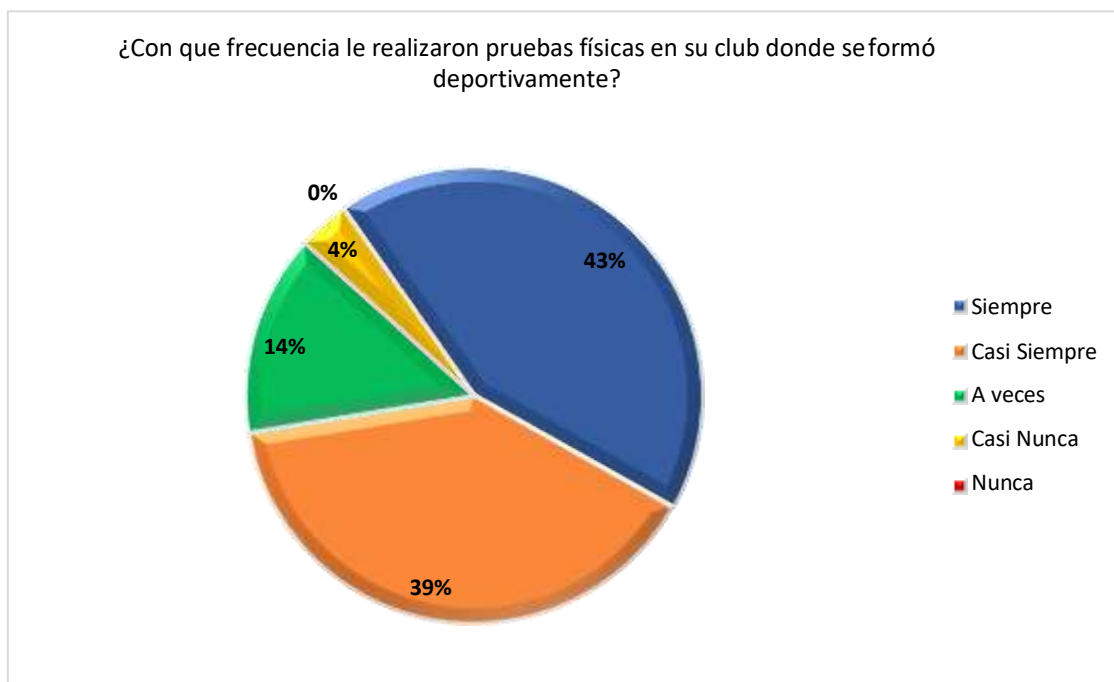
Pregunta N° 7.

¿Con que frecuencia le realizaron pruebas físicas en su club donde se formó deportivamente?

Tabla 9.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	12	43%
Casi Siempre	11	39%
A veces	4	14%
Casi Nunca	1	4%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 9.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 7, donde se consultó a los deportistas sobre la frecuencia con la que le realizaron pruebas físicas en su club donde se formó deportivamente, el 43% respondió "siempre", el 39% mencionó "casi siempre", el 14% "a veces" y el 4% "casi nunca".

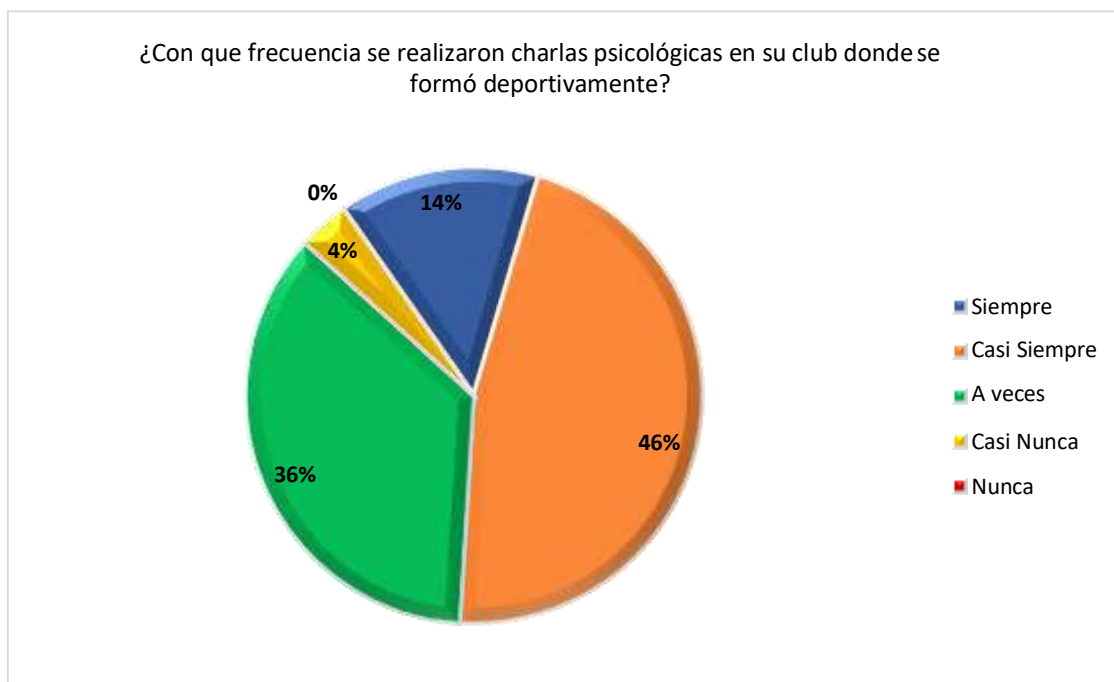
Pregunta N° 8.

¿Con que frecuencia se realizaron charlas psicológicas en su club donde se formó deportivamente?

Tabla 10.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	4	14%
Casi Siempre	13	46%
A veces	10	36%
Casi Nunca	1	4%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 10.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y el gráfico, de la pregunta N° 8 donde se consultó a los deportistas con qué frecuencia se realizaron charlas psicológicas en su club donde se formó deportivamente, el 46% mencionaron "casi siempre", el 36% mencionaron "a veces", el 14% dijeron "siempre" y el 4% "casi nunca".

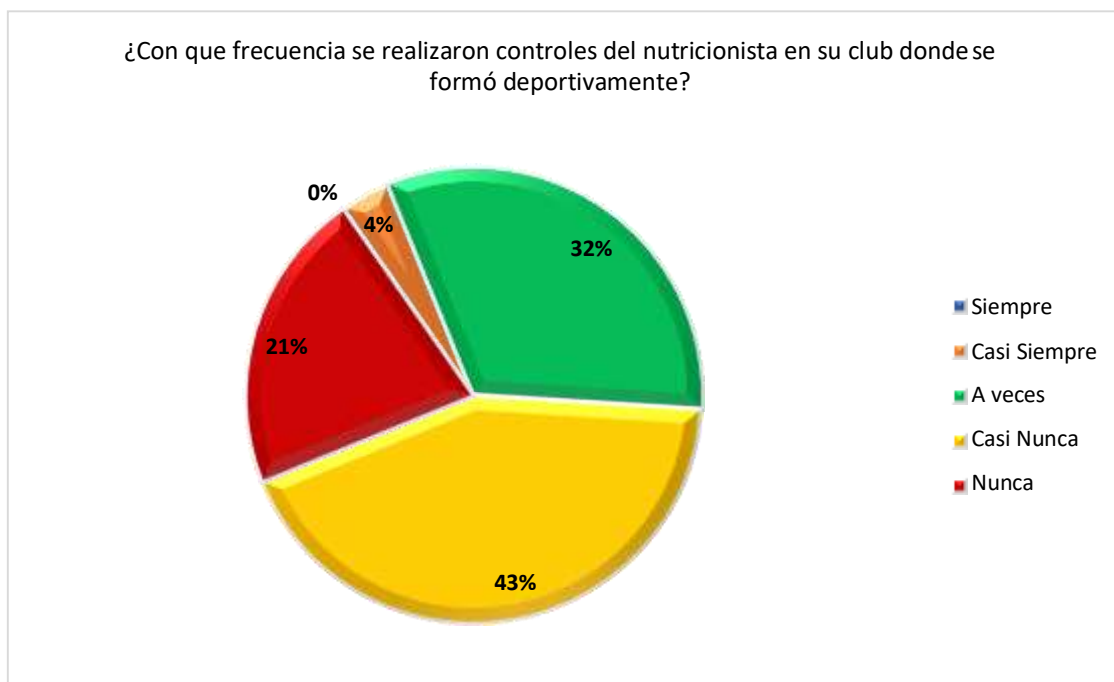
Pregunta N° 9.

¿Con que frecuencia se realizaron controles del nutricionista en su club donde se formó deportivamente?

Tabla 11.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	1	4%
A veces	9	32%
Casi Nunca	12	43%
Nunca	6	21%
Total	28	100%

Gráfico 11.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 9, donde se consultó a los deportistas sobre la frecuencia que se realizaron controles del nutricionista en su club donde se formó deportivamente, el 43% mencionaron que "casi nunca", el 32% "a veces", el 21% dijeron que "nunca" y el 4% "casi siempre".

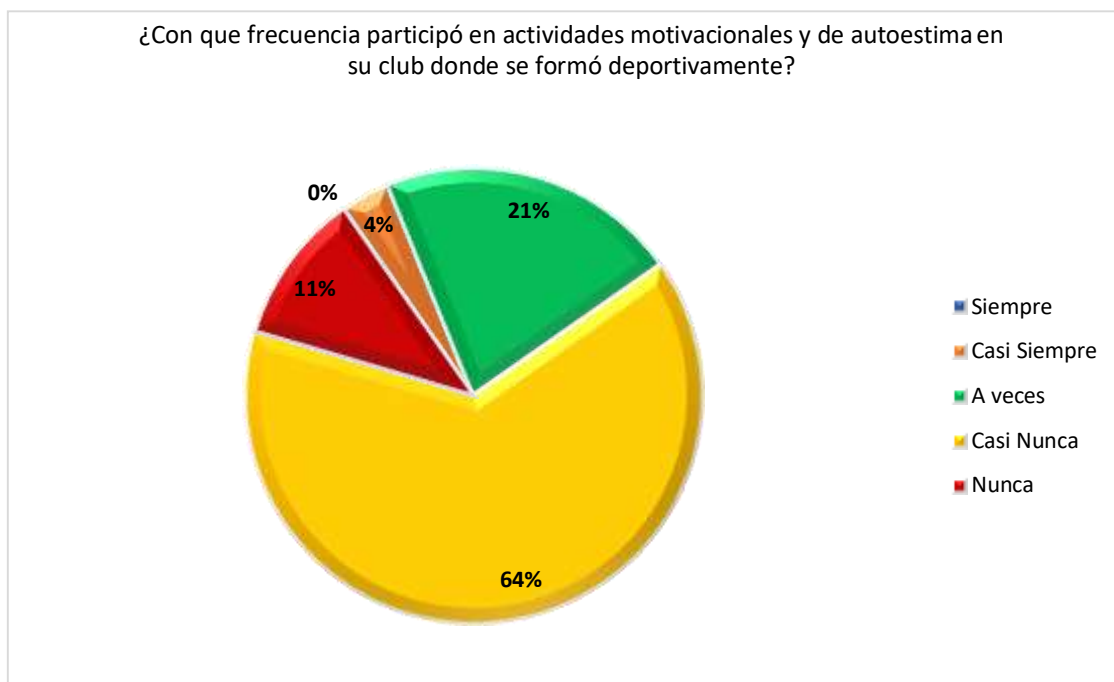
Pregunta N° 10.

¿Con que frecuencia participó en actividades motivacionales y de autoestima en su club donde se formó deportivamente?

Tabla 12.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	1	4%
A veces	6	21%
Casi Nunca	18	64%
Nunca	3	11%
Total	28	100%

Gráfico 12.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 10 donde se consultó a los deportistas con qué frecuencia participó en actividades motivacionales y de autoestima en su club donde se formó deportivamente, del 100% de los encuestados, el 64% respondió "casi nunca", el 21% mencionaron "a veces", el 11% "nunca" y el 4% indicaron "casi siempre".

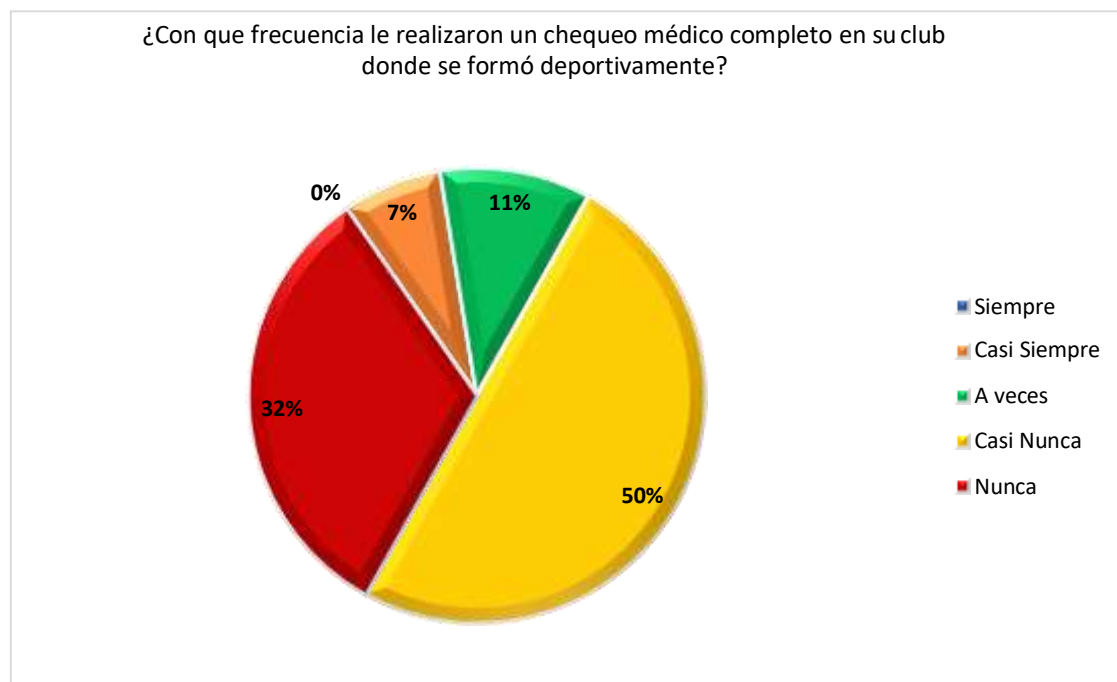
Pregunta N° 11.

¿Con que frecuencia le realizaron un chequeo médico completo en su club donde se formó deportivamente?

Tabla 13.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	2	7%
A veces	3	11%
Casi Nunca	14	50%
Nunca	9	32%
Total	28	100%

Gráfico 13.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 11 donde se consultó a los deportistas con qué frecuencia le realizaron un chequeo médico completo en su club donde se formó deportivamente, del 100% de los encuestados, el 50% mencionaron “casi nunca”, el 32% dijeron que “nunca”, el 11% mencionaron “a veces”, y el 7% “casi nunca”.

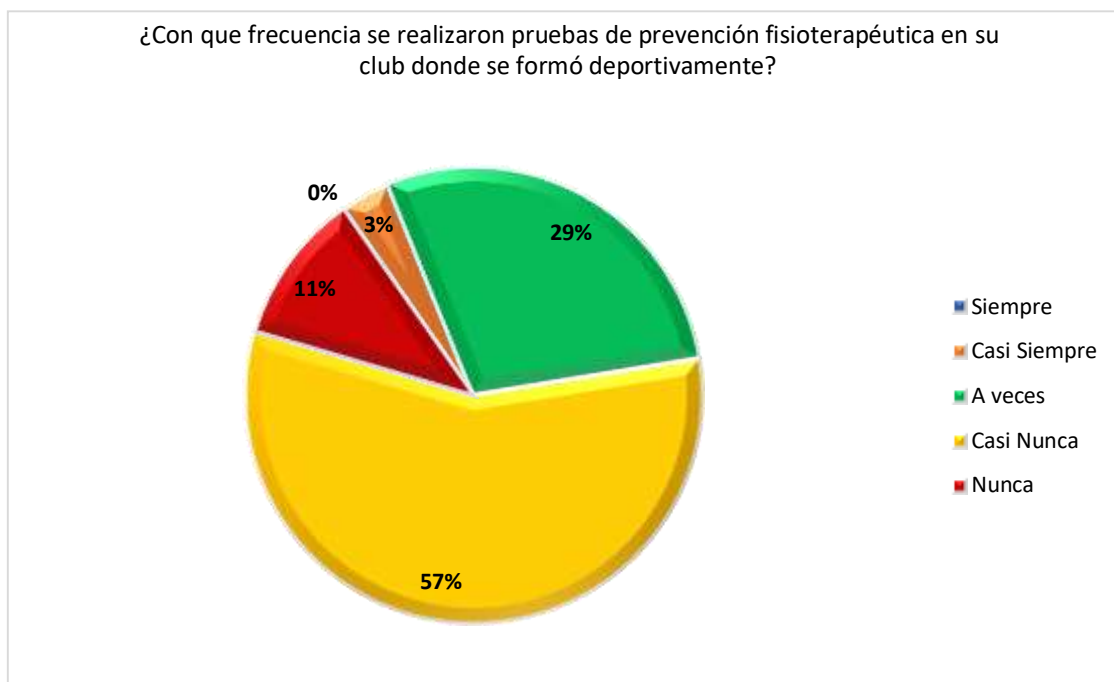
Pregunta N° 12.

¿Con que frecuencia se realizaron pruebas de prevención fisioterapéutica en su club donde se formó deportivamente?

Tabla 14.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	1	4%
A veces	8	29%
Casi Nunca	16	57%
Nunca	3	11%
Total	28	100%

Gráfico 14.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 12, donde se consultó a los deportistas sobre la frecuencia que se realizaron pruebas de prevención fisioterapéutica en su club donde se formó deportivamente, del 100% de encuestados, el 57% respondió "casi nunca", mientras el 29% "a veces", el 11% "nunca" y el 3% "casi siempre".

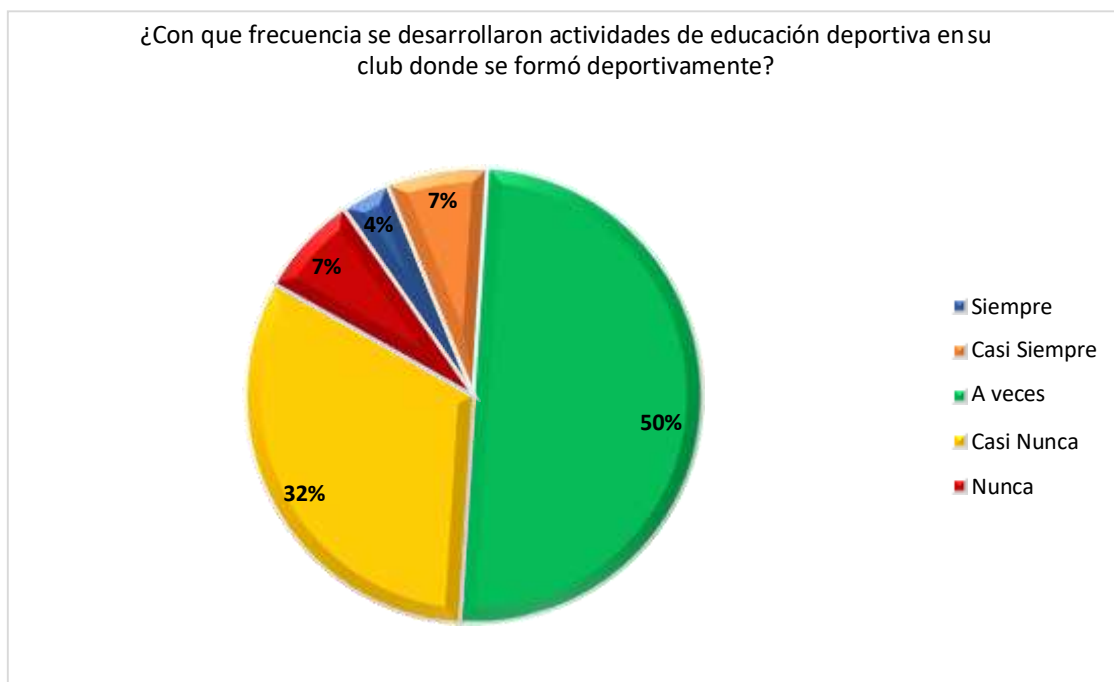
Pregunta N° 13.

¿Con que frecuencia se desarrollaron actividades de educación deportiva en su club donde se formó deportivamente?

Tabla 15.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	1	4%
Casi Siempre	2	7%
A veces	14	50%
Casi Nunca	9	32%
Nunca	2	7%
Total	28	100%

Gráfico 15.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 13 donde se consultó a los deportistas con qué frecuencia se desarrollaron actividades de educación deportiva en su club donde se formó deportivamente, del 100% de los encuestados, el 50% respondió “a veces”, el 32% dijeron “casi nunca”, mientras hubo una igualdad de 7% que dijeron “casi siempre” y “nunca”, por ultimo 4% “siempre”.

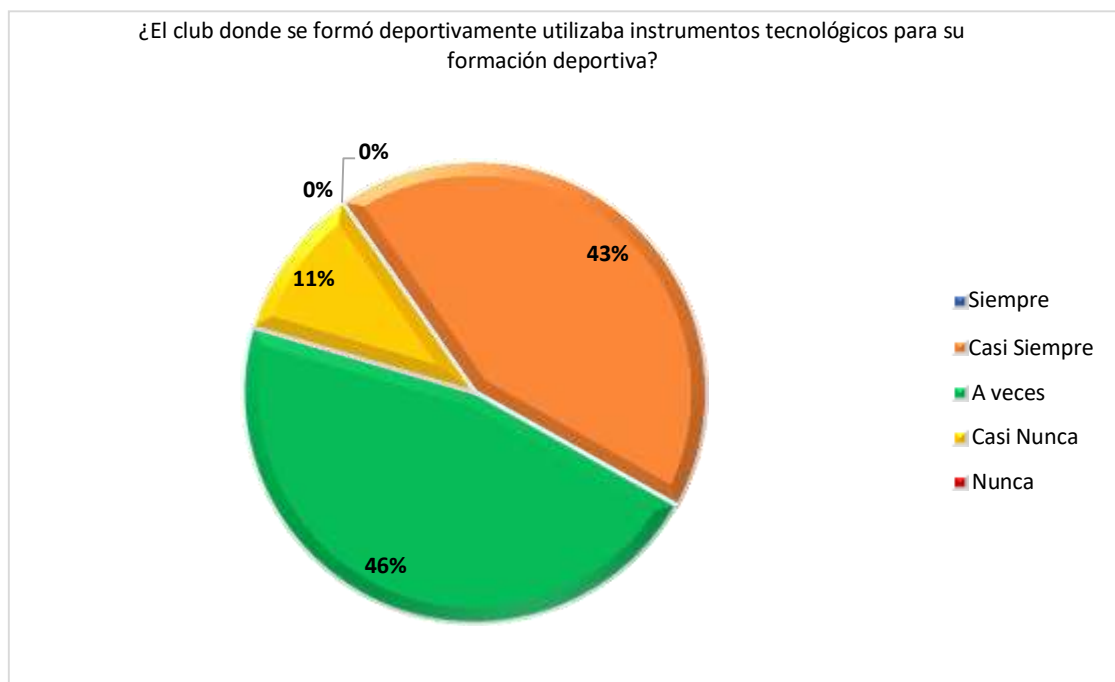
Pregunta N° 14.

¿El club donde se formó deportivamente utilizaba instrumentos tecnológicos para su formación deportiva?

Tabla 16.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	12	43%
A veces	13	46%
Casi Nunca	3	11%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 16.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 14, donde se consultó a los deportistas sobre si su club donde se formó deportivamente utilizaba instrumentos tecnológicos para su formación deportiva, del 100% de encuestados el 46% respondió "a veces", mientras el 43% respondió "casi siempre" y el 11% respondió "casi nunca".

Pregunta N° 15.

¿Cuántas veces el club donde se formó deportivamente lo evaluó con un GPS monitoreado por un especialista?

Tabla 17.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	4	14%
Casi Siempre	12	43%
A veces	10	36%
Casi Nunca	2	7%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 17.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 14, donde se consultó a los deportistas sobre cuántas veces el club donde se formó deportivamente lo evaluó con un GPS monitoreado por un especialista, del 100% de los consultados, el 43% respondió “casi siempre”, el 36% mencionó “a veces”, el 14% “siempre” mientras un 7% “casi nunca”.

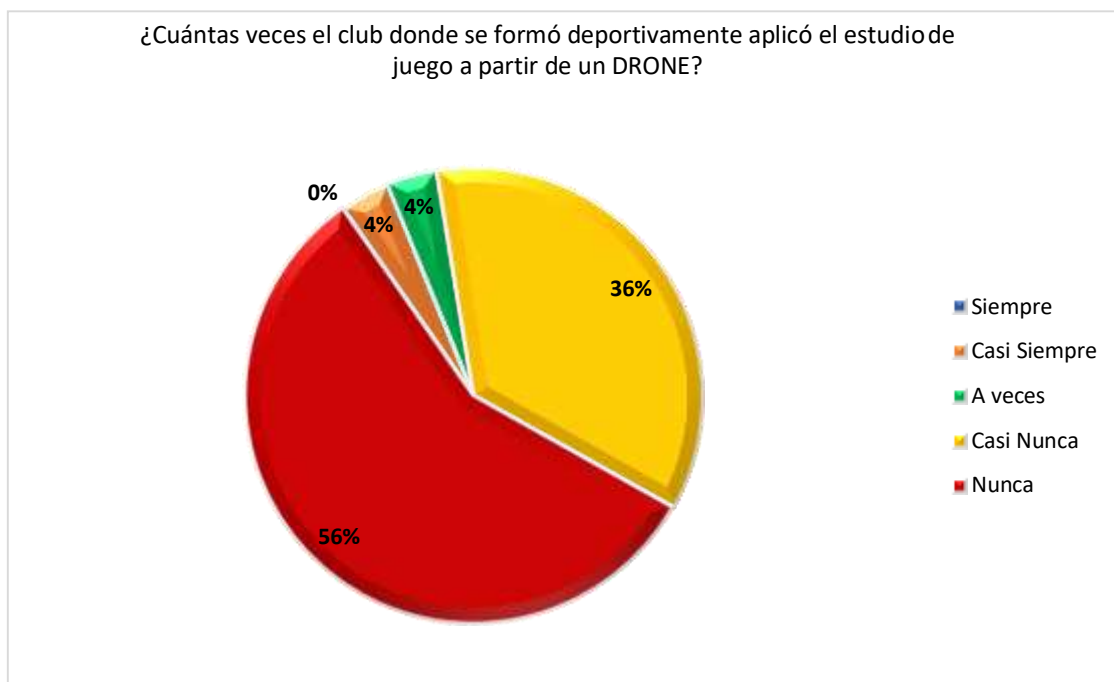
Pregunta N° 16.

¿Cuántas veces el club donde se formó deportivamente aplicó el estudio de juego a partir de un DRONE?

Tabla 18.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	1	4%
A veces	1	4%
Casi Nunca	10	36%
Nunca	16	56%
Total	28	100%

Gráfico 18.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 16 donde se consultó a los deportistas cuántas veces el club donde se formó deportivamente aplicó el estudio de juego a partir de un DRONE, el 56% respondió “nunca”, el 36% argumentó “casi nunca”, el 4% “casi nunca” y el 4% “a veces”.

Pregunta N° 17.

¿Aplicaron programas tecnológicos para la innovación deportiva en el club donde se formó deportivamente?

Tabla 19.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	11	39%
A veces	6	21%
Casi Nunca	10	36%
Nunca	1	4%
Total	28	100%

Gráfico 19.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 17, donde se consultó a los deportistas sobre si aplicaron programas tecnológicos para la innovación deportiva en el club donde se formó deportivamente, del 100% de los consultados, el 39% respondió “casi siempre”, el 36% contestó “casi nunca”, el 21% “a veces” y el 4% “nunca”.

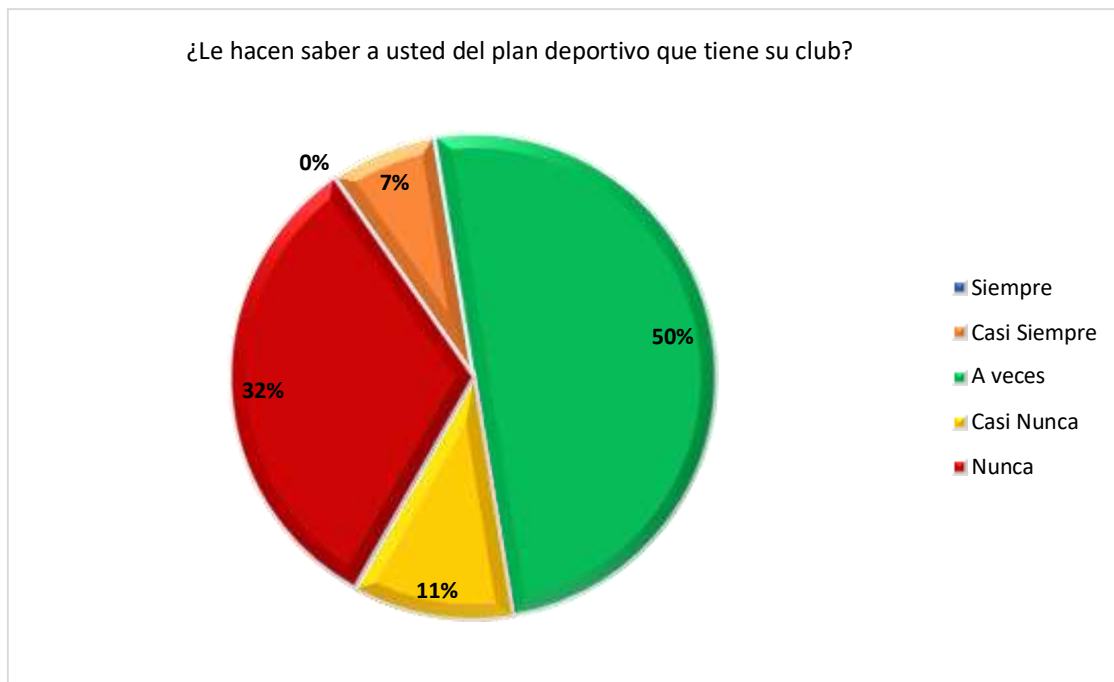
Pregunta N° 18.

¿Le hacen saber a usted del plan deportivo que tiene su club?

Tabla 20.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	2	7%
A veces	14	50%
Casi Nunca	3	11%
Nunca	9	32%
Total	28	100%

Gráfico 20.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 18 donde se consultó a los deportistas sobre si le hacen saber del plan deportivo que tiene su club, del 100 % de encuestados, el 50% respondió “a veces”, el 32% mencionó “nunca”, el 11% indicó “casi nunca”, y 7% “casi siempre”.

Pregunta N° 19.

¿Sintió usted que la alianza estratégica entre su club y otra empresa generó beneficios para el club?

Tabla 21.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	0	0%
A veces	2	7%
Casi Nunca	17	61%
Nunca	9	32%
Total	28	100%

Gráfico 21.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 19 donde se consultó a los deportistas sobre si percibió que la alianza estratégica entre su club y otra empresa generó beneficios para el club del 100% de encuestados, el 61% respondió “casi nunca”, mientras el 32% indicó “nunca”, y el 7% “a veces”.

Pregunta N° 20.

¿Cree usted que debería intervenir entidades privadas para mejorar su club?

Tabla 22.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	1	4%
Casi Siempre	8	29%
A veces	11	39%
Casi Nunca	5	18%
Nunca	3	11%
Total	28	100%

Gráfico 22.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 20, donde se consultó a los deportistas si cree que debería intervenir entidades privadas para mejorar su club del 100% de encuestados el 39% respondió “a veces”, el 29 % respondió “casi siempre”, el 18% “casi nunca”, el 11% “nunca” y el 3% “siempre”.

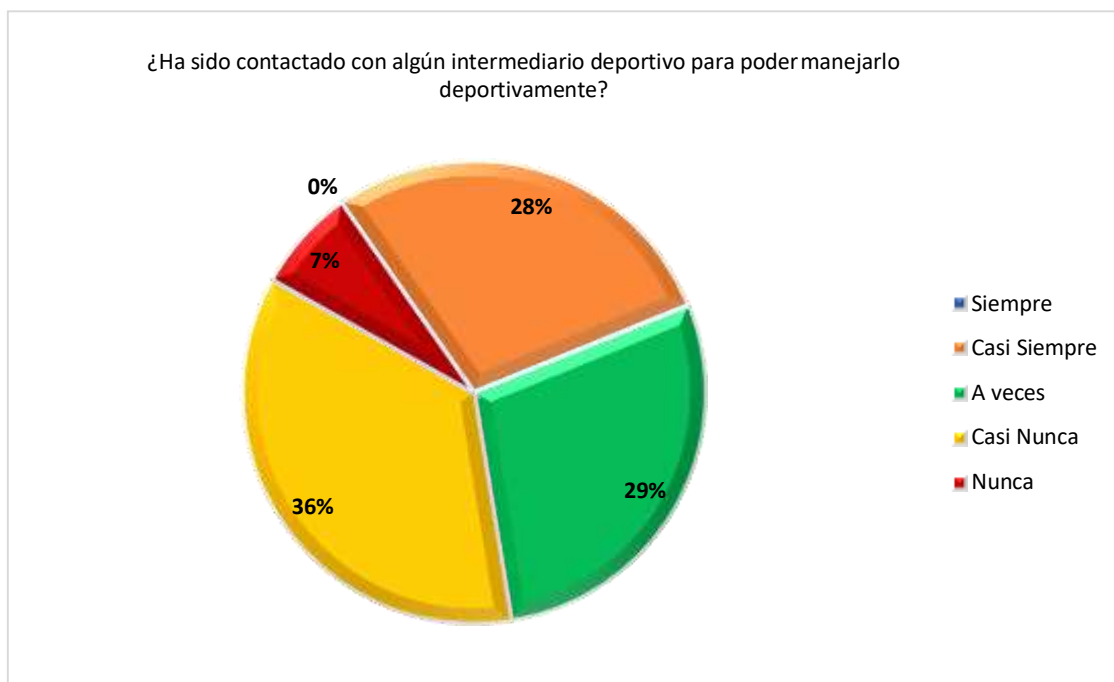
Pregunta N° 21.

¿Ha sido contactado con algún intermediario deportivo para poder manejarlo deportivamente?

Tabla 23.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	8	28%
A veces	8	29%
Casi Nunca	10	36%
Nunca	2	7%
Total	28	100%

Gráfico 23.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 21 donde se consultó a los deportistas sobre si ha sido contactado con algún intermediario deportivo para poder manejarlo deportivamente, el 36% del total respondió “casi nunca”, el 29% respondió “a veces”, el 28% “casi siempre” y 7% “nunca”.

Pregunta N° 22.

¿Contribuyo el intermediario deportivo para tener contacto con el extranjero?

Tabla 24.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	1	4%
Casi Siempre	10	35%
A veces	12	43%
Casi Nunca	4	14%
Nunca	1	4%
Total	28	100%

Gráfico 24.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 22 donde se consultó a los deportistas si contribuyo el intermediario deportivo para tener contacto con el extranjero, del 100% de los encuestados, el 43% respondió “a veces”, el 35% dijeron “casi siempre”, 14% “casi nunca” mientras hubo una igualdad de 4% que dijeron “siempre” y “nunca”.

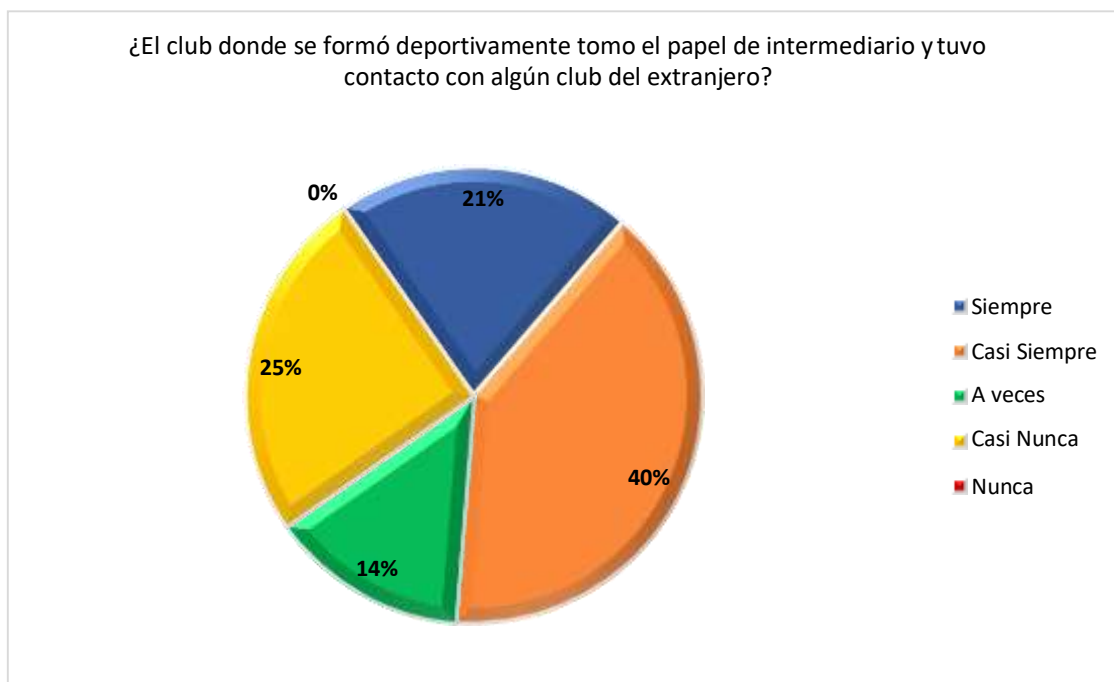
Pregunta N° 23.

¿El club donde se formó deportivamente tomo el papel de intermediario y tuvo contacto con algún club del extranjero?

Tabla 25.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	6	21%
Casi Siempre	11	40%
A veces	4	14%
Casi Nunca	7	25%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 25.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 23, donde se consultó a los deportistas, si el club donde se formó deportivamente tomo el papel de intermediario y tuvo contacto con algún club del extranjero, del 100% de encuestados el 40% respondió “casi siempre”, el 25% “casi nunca”, el 21% respondió “siempre”, y el 14% “a veces”.

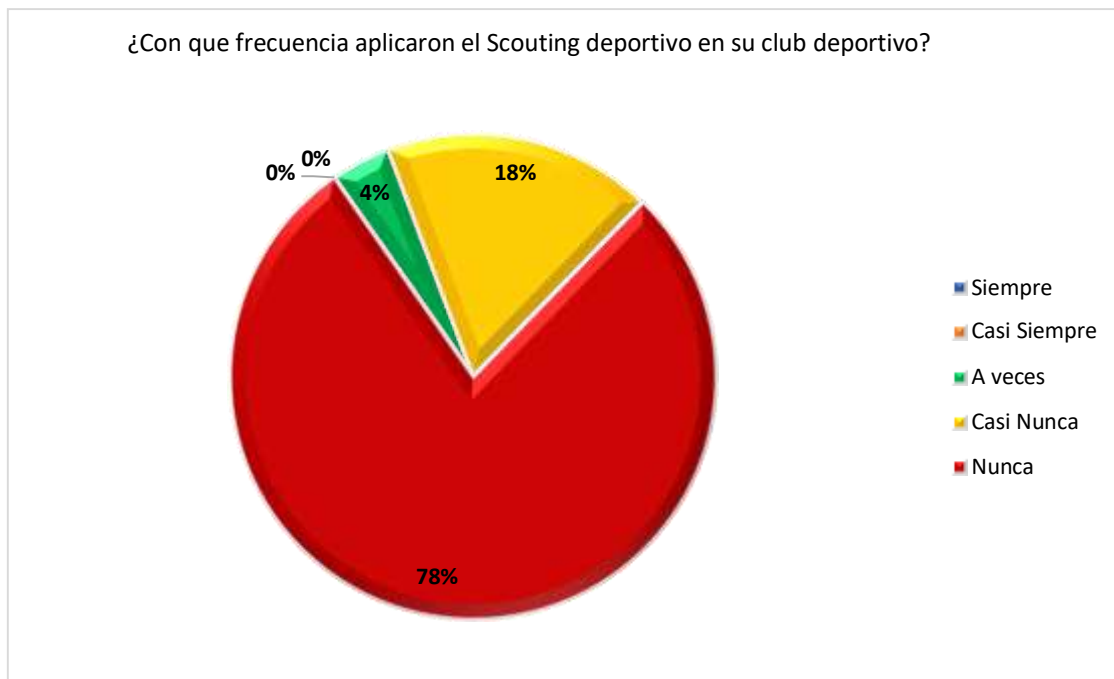
Pregunta N° 24.

¿Con que frecuencia aplicaron el Scouting deportivo en su club deportivo?

Tabla 26.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	0	0%
A veces	1	4%
Casi Nunca	5	18%
Nunca	22	78%
Total	28	100%

Gráfico 26.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 24 donde se consultó a los deportistas, con qué frecuencia aplicaron el Scouting deportivo en su club deportivo, del 100% de los encuestados, el 78% respondió “nunca”, el 18% respondió “casi nunca” mientras el 4% respondió “a veces”.

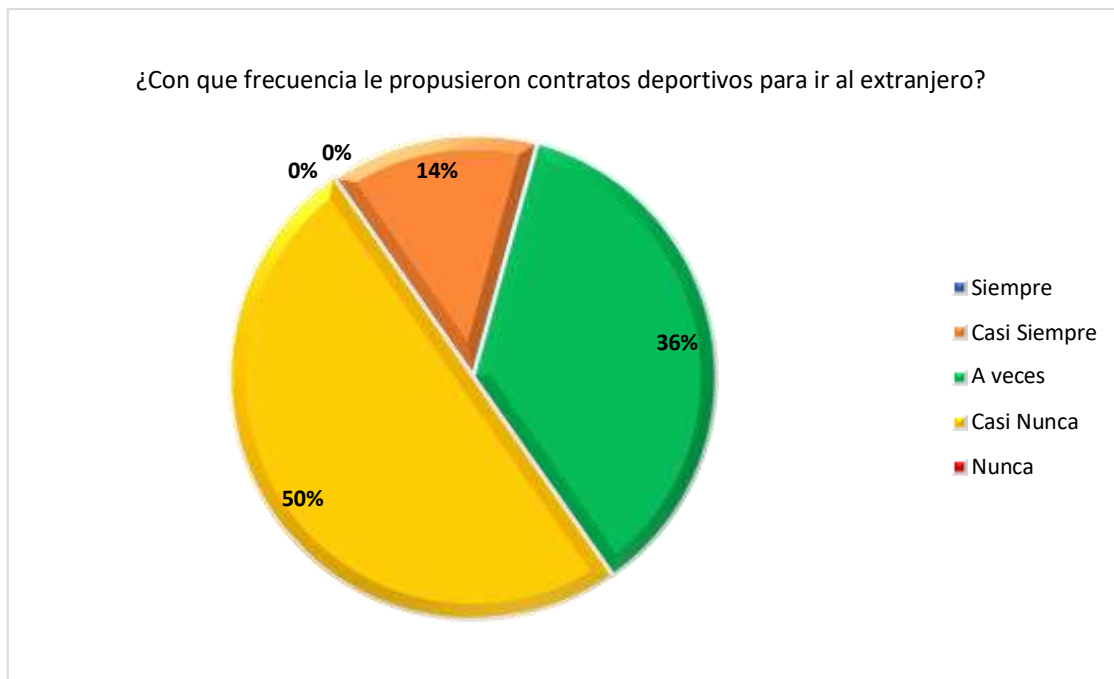
Pregunta N° 25.

¿Con que frecuencia le propusieron contratos deportivos para ir al extranjero?

Tabla 27.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	0	0%
Casi Siempre	4	14%
A veces	10	36%
Casi Nunca	14	50%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 27.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 25, donde se consultó a los deportistas, con qué frecuencia le propusieron contratos deportivos para ir al extranjero, del 100% del total de encuestados el 50% respondió “casi nunca”, el 36% respondió “a veces” mientras el 14% respondió “casi siempre”.

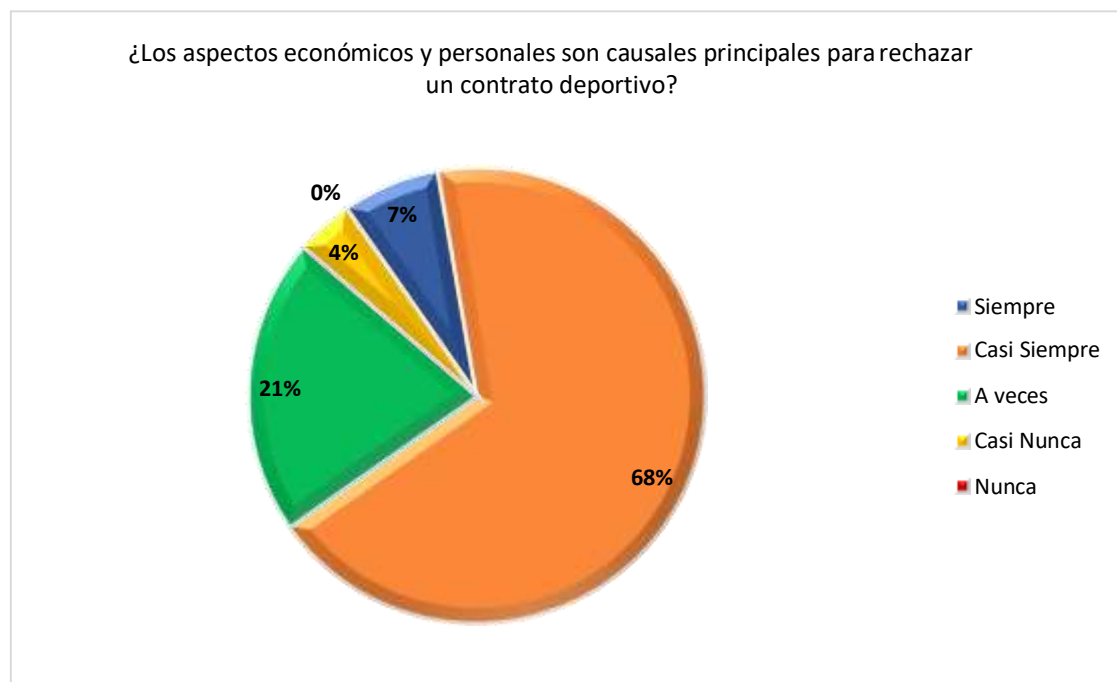
Pregunta N° 26.

¿Los aspectos económicos y personales son causales principales para rechazar un contrato deportivo?

Tabla 28.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	2	7%
Casi Siempre	19	68%
A veces	6	21%
Casi Nunca	1	4%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 28.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 26 donde se consultó a los deportistas, si los aspectos económicos y personales son causales principales para rechazar un contrato deportivo, del 100% de los encuestados, 68% mencionaron “casi siempre”, el 21% respondió “a veces”, el 7% “siempre” mientras el 4% respondió “casi nunca”.

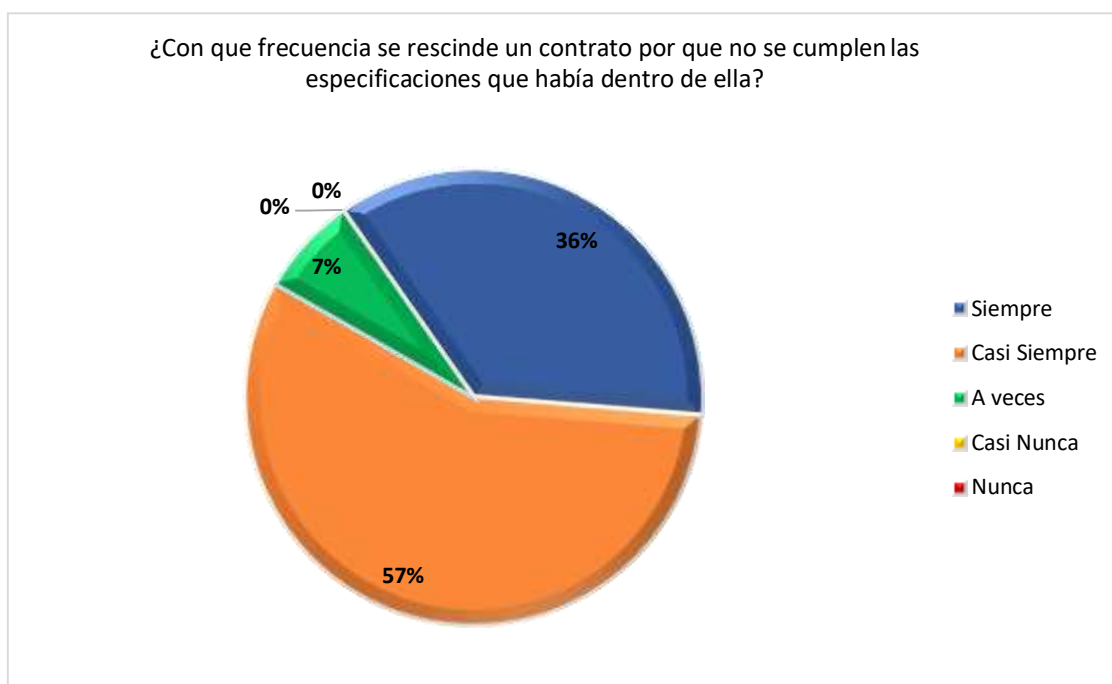
Pregunta N° 27.

¿Con que frecuencia se rescinde un contrato por que no se cumplen las especificaciones que había dentro de ella?

Tabla 29.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	10	36%
Casi Siempre	16	57%
A veces	2	7%
Casi Nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 29.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico de la pregunta N° 26, donde se consultó a los deportistas con qué frecuencia se rescinde un contrato por que no se cumplen las especificaciones que había dentro de ella, del 100% del total de los encuestados, 57% respondió “casi siempre”, mientras el 36% respondió “siempre” y el 7% respondió “a veces”.

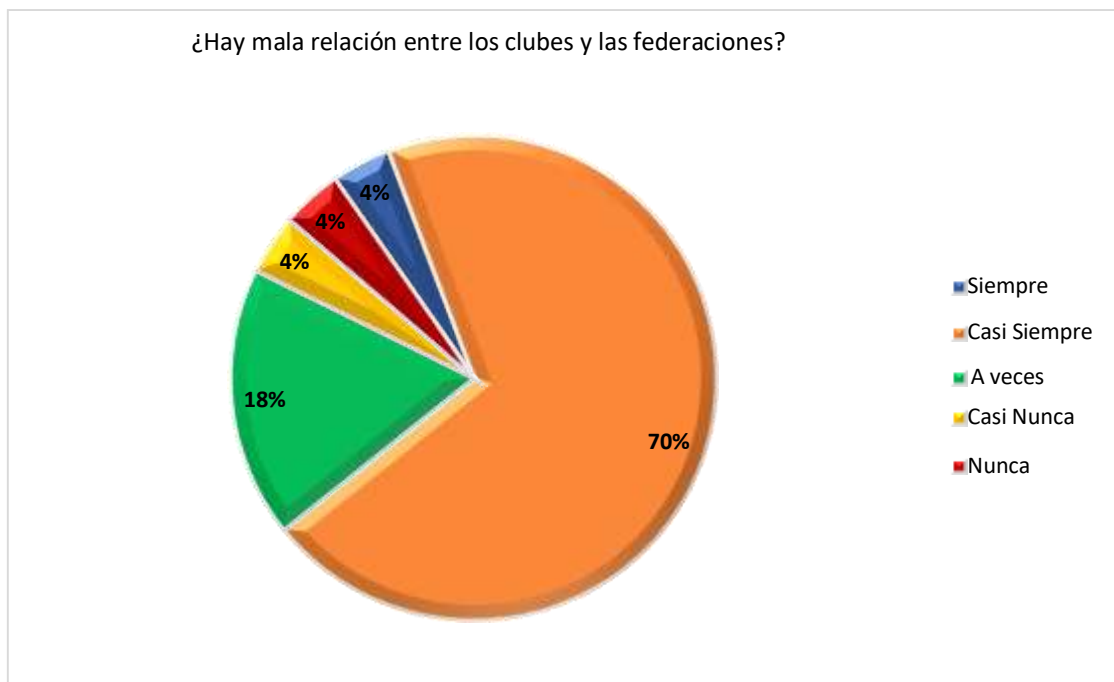
Pregunta N° 28.

¿Hay mala relación entre los clubes y las federaciones?

Tabla 30.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	1	4%
Casi Siempre	20	70%
A veces	5	18%
Casi Nunca	1	4%
Nunca	1	4%
Total	28	100%

Gráfico 30.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 28, donde se consultó a los deportistas, si hay mala relación entre los clubes y las federaciones, del 100% del total de encuestados el 70% respondió “casi siempre”, mientras el 18% respondió “a veces”, finalmente un 4% respondieron “siempre” “casi nunca” y “nunca”.

Pregunta N° 29.

¿Sintió que la FPF supervisó el trabajo del plan de formación y desarrollo deportivo en su club donde se formó deportivamente?

Tabla 31.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	5	18%
Casi Siempre	10	36%
A veces	5	18%
Casi Nunca	8	28%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 31.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 29 donde se consultó a los deportistas con qué frecuencia sintió que la FPF supervisó el trabajo del plan de formación y desarrollo deportivo en su club donde se formó deportivamente del 100% de los encuestados las respuestas fueron: el 36% mencionaron “casi siempre”, mientras el 28% dijeron “casi nunca”, mientras el 18% respondió “siempre” y “a veces”.

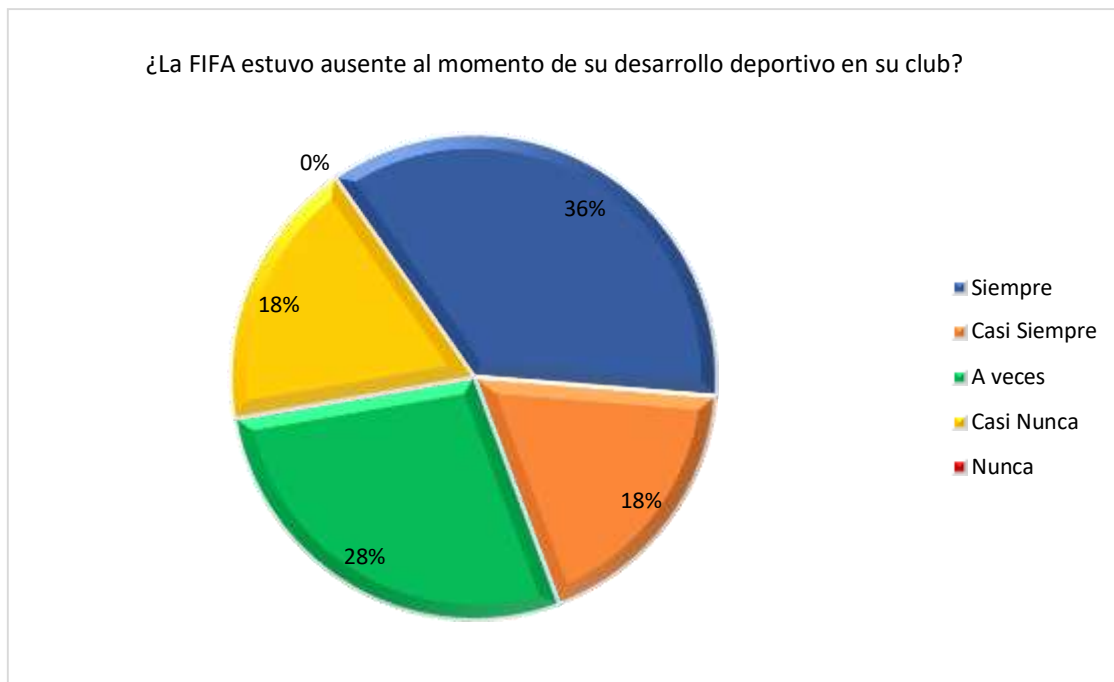
Pregunta N° 30.

¿La FIFA estuvo ausente al momento de su desarrollo deportivo en su club?

Tabla 32.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	10	36%
Casi Siempre	5	18%
A veces	8	29%
Casi Nunca	5	18%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 32.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 30 donde se consultó a los deportistas si la FIFA estuvo ausente al momento de su desarrollo deportivo en su club, del 100% de los encuestados las respuestas fueron: el 36% mencionaron “siempre”, mientras el 28% dijeron “a veces”, mientras el 18% respondió “casi siempre” y “casi nunca”.

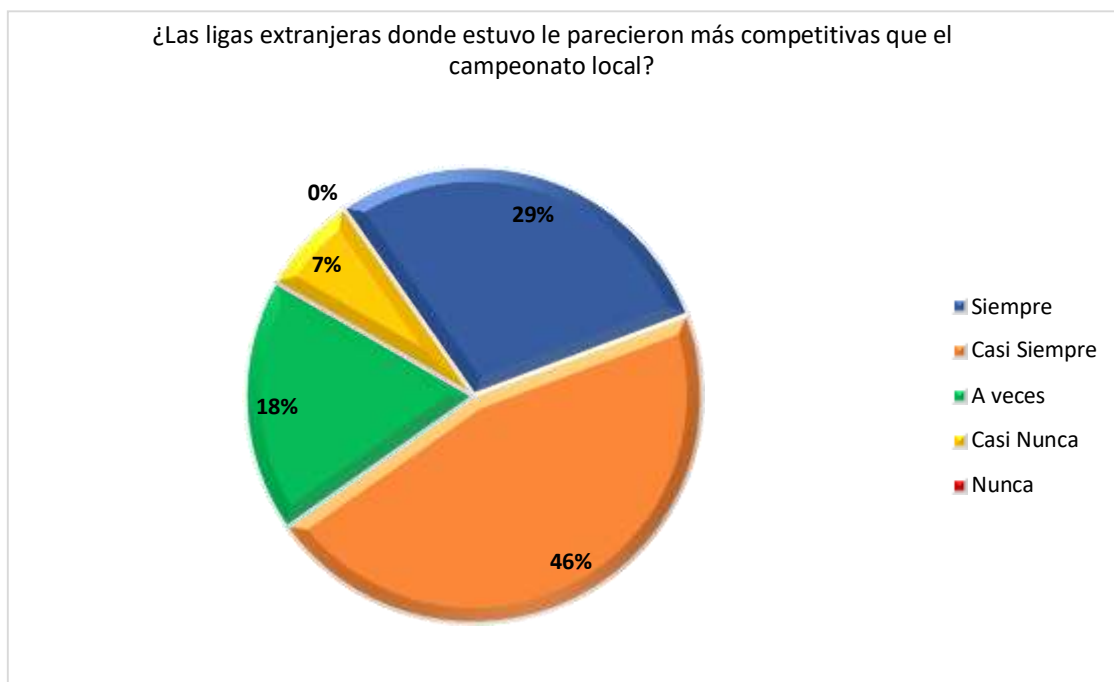
Pregunta N° 31.

¿Las ligas extranjeras donde estuvo le parecieron más competitivas que el campeonato local?

Tabla 33.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	8	29%
Casi Siempre	13	46%
A veces	5	18%
Casi Nunca	2	7%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 33.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

En la tabla y el gráfico de la pregunta N° 31, donde se consultó a los deportistas, si las ligas extranjeras donde estuvo le parecieron más competitivas que el campeonato local, del 100% del total de encuestados el 46% respondió “casi siempre”, mientras el 29% respondió “siempre”, el 18% respondió “a veces” y el 7% contestó “casi nunca”.

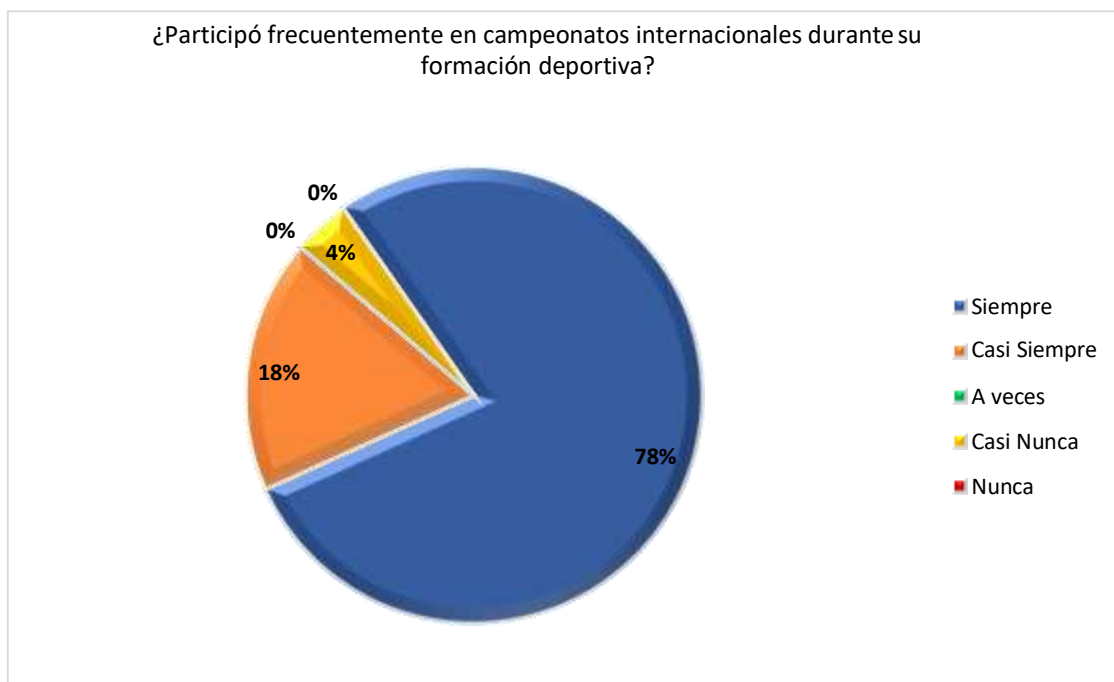
Pregunta N° 32.

¿Participó frecuentemente en campeonatos internacionales durante su formación deportiva?

Tabla 34.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	22	78%
Casi Siempre	5	18%
A veces	0	0%
Casi Nunca	1	4%
Nunca	0	0%
Total	28	100%

Gráfico 34.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico, de la pregunta N° 30 donde se consultó a los deportistas si participó frecuentemente en campeonatos internacionales durante su formación deportiva, del 100% de los encuestados las respuestas fueron: el 78% respondió “siempre”, mientras el 18% respondió “casi siempre” y el 4% respondió “casi nunca”.

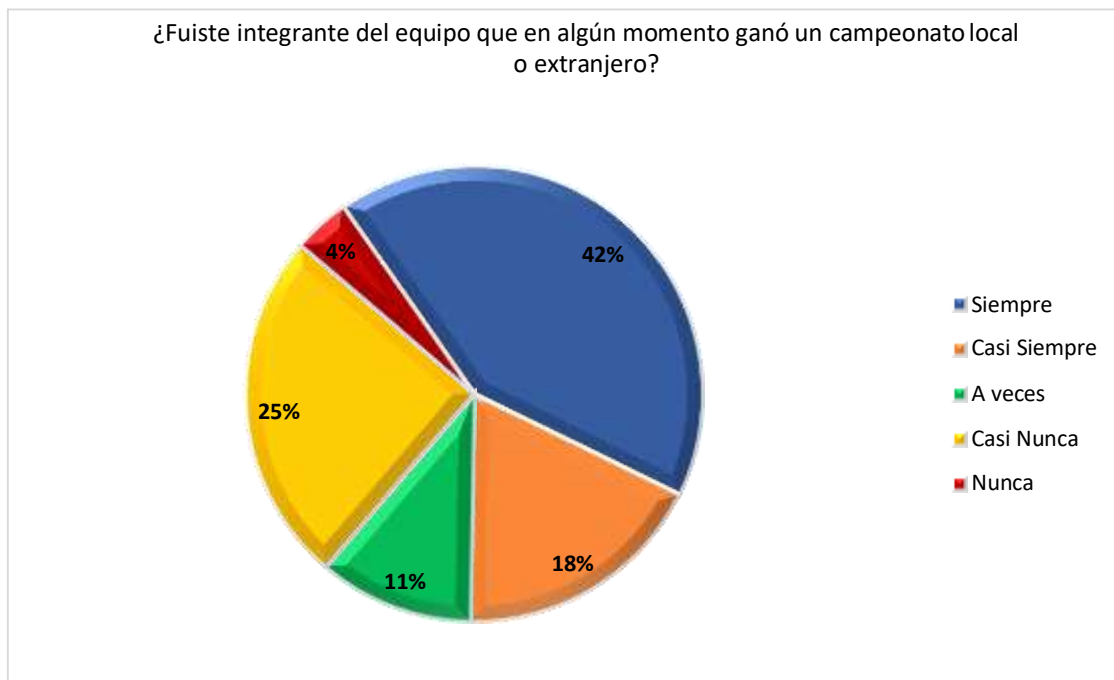
Pregunta N° 33.

¿Fuiste integrante del equipo que en algún momento ganó un campeonato local o extranjero?

Tabla 35.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	12	42%
Casi Siempre	5	18%
A veces	3	11%
Casi Nunca	7	25%
Nunca	1	4%
Total	28	100%

Gráfico 35.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico de la pregunta N° 33, donde se consultó a los deportistas, si fue integrante del equipo que en algún momento ganó un campeonato local o extranjero, del 100% del total de los encuestados las respuestas fueron, el 42% respondió “siempre”, mientras un 25% respondió “casi nunca”, el 18% respondió “casi siempre”, el 11% “a veces” y el 4% dijo que “nunca”.

Pregunta N° 34.

¿Cuántas veces participó en un mercado de traspaso internacional de jugadores de fútbol?

Tabla 36.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
Siempre	1	4%
Casi Siempre	6	21%
A veces	10	36%
Casi Nunca	4	14%
Nunca	7	25%
Total	28	100%

Gráfico 36.



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación.

Según la información determinada en la tabla y del gráfico de la pregunta N° 34, donde se consultó a los deportistas, cuántas veces participó en un mercado de traspaso internacional de jugadores de fútbol, del 100% del total de los encuestados las respuestas fueron, 36% respondió "a veces", el 25% respondió "nunca", mientras el 21% respondió "casi siempre", el 14% respondió "casi nunca" y el 4% "siempre".

4.2.2 Estadística inferencial

PRUEBA DE HIPÓTESIS

a) Hipótesis general o principal.

H₁: El desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima se relaciona en gran medida con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

- **Nivel de confianza y significancia:**

- Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

- Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

- **Criterios para rechazar o aceptar la H₀:**

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁, si $p \leq \alpha$
- Aceptamos la H₀, si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 28 UAA

H₀: No se relaciona en gran medida el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y la internacionalización del futbolista peruano, durante el año 2017.

H₁: Si se relaciona en gran medida el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y la internacionalización del futbolista peruano, durante el año 2017.

CASE PROCESSING SUMMARY						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Desarrollo empresarial deportivo * internacionalización del futbolista	28	100,0%	0	0,0%	28	100,0%

CHI-SQUARE TESTS

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,647 ^a	2	,030
Likelihood Ratio	21,335	2	,010
Linear-by-Linear Association	12,908	1	,030
N of Valid Cases	28		

Decisión:

Como p . valor $< \alpha$, es decir, que 0,030 es menor a 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0).

Conclusión:

De acuerdo a los datos percibidos en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la H_0 y se acepta la H_a , teniendo un $X^2 = 17,647^a$ y un P. Valor = 0.030 y como este valor es menor a 0.05, entonces se concluye que la variable independiente “desarrollo empresarial deportivo” en los clubes de fútbol profesional de Lima, sí se relaciona en gran medida frente a la variable dependiente “internacionalización del futbolista” peruano durante el año 2017, y por el valor estadístico se puede decir que están relacionadas de manera sobresaliente.

b) Hipótesis secundarias o específicas

b.1) Primera hipótesis específica

H_i: El desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima se relaciona altamente con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

- **Nivel de confianza y significancia:**

- Zona no crítica

$$1 - \alpha = 95\%$$

- Zona crítica - rechazo

$$\alpha = 0,05$$

- **Criterios para rechazar o aceptar la H₀:**

- Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁, si $p \leq \alpha$
- Aceptamos la H₀, si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 28 UAA

H₀: El desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima no se relaciona altamente con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

H₁: El desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima sí se relaciona altamente con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

CASE PROCESSING SUMMARY						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Negocio del fútbol * Contratos deportivos	28	100,0%	0	0,0%	28	100,0%

CHI-SQUARE TESTS

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,583 ^a	2	,001
Likelihood Ratio	19,788	2	,000
Linear-by-Linear Association	14,000	1	,000
N of Valid Cases	28		

Decisión:

Como p. valor < α , es decir, que 0,001 es menor a 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0).

Conclusión:

De acuerdo a los datos percibidos en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la H_0 y se acepta la H_a , teniendo un $X^2 = 14,583^a$ y un P. Valor = 0.001 y como este valor es menor a 0.05, entonces se determina que el desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima sí se relaciona altamente con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

b.2) Segunda hipótesis específica

H_i: Existe una alta relación entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario deportivo durante el año 2017.

- **Nivel de confianza y significancia:**
 - Zona no crítica
 $1 - \alpha = 95\%$
 - Zona crítica - rechazo
 $\alpha = 0,05$
- **Criterios para rechazar o aceptar la H₀:**
 - Rechazamos la H₀ y aceptamos la H₁, si $p \leq \alpha$
 - Aceptamos la H₀, si $p > \alpha$

Tamaño muestral = 28 UAA

H₀: No existe una alta relación entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario del futbolista durante el año 2017.

H₁: Si existe una alta relación entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario del futbolista durante el año 2017.

CASE PROCESSING SUMMARY						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Formación deportiva * Intermediario del futbolista	28	100,0%	0	0,0%	28	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,179a	2	,002
Likelihood Ratio	16,327	2	,000
Linear-by-Linear Association	11,458	1	,001
N of Valid Cases	28		

Decisión:

Como p. valor < α , es decir, que 0,002 es menor a 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0).

Conclusión:

De acuerdo a los datos percibidos en las tablas de contraste se puede afirmar que existe suficiente evidencia estadística para concluir que se rechaza la H_0 y se acepta la H_a , teniendo un $X^2 = 12,179^a$ y un P. Valor = 0.002 y como este valor es menor a 0.05, entonces se determina que si existe una alta relación entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario del futbolista durante el año 2017.

4.3 Discusión.

En base a la información obtenida en la praxis científica o en el trabajo de campo, es decir, que en base a los datos obtenidos en el instrumento de investigación aplicado a la muestra correspondiente se puede señalar que más del 82% de los jugadores tiene una edad en un intervalo de 18 a 30 años, información similar a la que ha sido dada por una de las noticias emitidas por el diario “El Comercio” del día 19 de enero del año 2016 en la que se menciona que existen diez peruanos que juegan en el extranjero (Europa, Estados Unidos, Chile, Japón entre otros países) que no son muy conocidos y que existe la posibilidad de integrar la selección nacional, cuyas edades oscilan entre 18 y 28 años de edad.

Con respecto a los resultados obtenidos sobre la presencia de todos los interventores (entrenador, preparador físico, psicólogo, nutricionista, médico y fisioterapeuta) en el club donde el jugador se formó deportivamente se puede afirmar que el 67% de las respuestas de los jugadores fueron que siempre y casi siempre estaban presentes los mencionados interventores, además indicaron en un 57% que siempre y casi siempre los interventores asumieron sus respectivas funciones; el 50% de los jugadores también expresaron que la coordinación que tenían los interventores sí favoreció a su desarrollo deportivo y el 89% de la muestra encuesta indicó que siempre y casi siempre se realizaron con frecuencia pruebas físicas en el club donde se formó deportivamente; al parecer todas estas evidencias no ha sido de gran ayuda para los deportistas del fútbol peruano ya que según Sebastián Lopera quién es intermediario de jugadores ante la Federación Colombiana de Fútbol hizo conocer a BBC Mundo que la diferencia que hace Argentina con el resto de países de América Latina sobre el mundo deportivo futbolístico es el nivel de competencia.

Como otro de los resultados del trabajo de campo también se puede agregar que en el caso peruano el 39% de los jugadores casi siempre han participado frecuentemente en

campeonatos internacionales durante su formación deportiva, asimismo también se señala que solo el 42% de los jugadores peruanos siempre fueron integrantes de algún equipo que en algún momento ganó un campeonato ya sea local o extranjero, el 75% de las unidades de análisis encuestadas expresaron que siempre y casi siempre han sido contactados por algún intermediario deportivo con la finalidad de poder manejarlo deportivamente, el 93% indicó con las mismas opciones de respuestas, es decir, que siempre y casi siempre el intermediario deportivo contribuyó para tener contacto con el extranjero, el 54% dio a conocer que siempre y casi siempre le propusieron contratos deportivos para ir al extranjero, la muestra encuestada también manifestó en un 96% que siempre y casi siempre las ligas extranjeras donde ellos estuvieron les pareció más competitivas que en el campeonato local.

Además de la información anterior se indica que hasta el momento solo algunos de los 58 jugadores peruanos convocados en la gestión de Ricardo Gareca han alistado maletas y han dejado el fútbol peruano porque fueron fichados por clubes extranjeros como Wolfsburg alemán, Tiburones de Veracruz, Gimnasia y Esgrima de la Plata, Dinamarca, Río de Janeiro, entre otros; según la información señalada por D'enganche.com, es decir, que cada vez la selección peruana es más notoria en ser capaz de potenciar jugadores a tal punto que puede ligarlos a grandes clubes del mundo sacándolos del anonimato a los futbolistas nacionales.

Según la redacción de BBC Mundo del 29 de octubre del 2015, hace conocer las impresionantes cifras de exportación de los jugadores de América Latina al fútbol internacional como son las transferencias realizadas entre el primero de junio y el primero de setiembre del 2015 llegando a contabilizar 12,650 transferencias realizadas en el marco de un negocio que facturó US\$ 3,500 millones. En base al reporte entregado a BBC Mundo por la empresa TMS, filial de la Federación Internacional del Fútbol Asociado (FIFA), el 77% de este movimiento se originó en las cinco principales ligas del

mundo como la de Italia, España, Inglaterra, Francia y Alemania, cuyos jugadores provienen de los países latinoamericanos. El 84% de estos jugadores viajan a Europa especialmente al territorio de las cinco ligas de mayor importancia, las cuales son conocidas como las “Big 5” (Los cinco grandes). Después de Argentina y Brasil, los países con mayores contrataciones de jugadores del exterior son México, con 1.766 jugadores y Colombia con 1.223; el quinto puesto es para Chile con 876, en el sexto aparece Paraguay exportando 804 jugadores.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 Conclusiones

- En esta tesis se estableció como el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima se relaciona enormemente con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.
- Se comprobó que el negocio del fútbol para los clubes profesionales de Lima son los contratos deportivos internacionales que los futbolistas profesionales originan, ya que al llegar a un acuerdo entre club extranjero y jugador profesional se genera una fuente de ingresos económicos para las arcas del club; al establecer un buen desarrollo empresarial deportivo dentro de un club, el negocio principal vendría ser la internacionalización de sus jugadores, ya que en los contratos internacionales, el club obtiene ganancias por la rescisión del contrato anterior y derecho de formación, sin embargo se ha dejado de lado el enfoque en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes, esto significa que la estructura de un club no está enfocado en el crecimiento deportivo de sus jugadores y el futuro como futbolistas de primer nivel.
- En relación al segundo objetivo de la investigación, en la formación deportiva se puede observar determinadas actividades que al unirlos se puede llegar a obtener una buena formación deportiva y de calidad para los futbolistas, como la educación

deportiva, preparación deportiva y la competición deportiva; asimismo intervienen elementos de formación deportiva, sea los entrenadores, preparadores físicos, médicos deportivos, psicólogos y la propia familia, pero en la mayoría de los clubes de Lima, no cuentan en su totalidad de los elementos, y eso debilita la formación en los futbolistas. Teniendo como consecuencia la poca internacionalización de futbolistas peruanos ya que los clubes del mundo evalúan a los jugadores, no solo físicamente, sino, mentalmente, educativamente y emocionalmente. Y para los intermediarios la tarea es mucho más difícil, porque posicionar algún jugador en una liga de mayor prestigio se torna complicado, ya que el jugador no está en su óptimo estado de rendimiento. Se llega a concluir que la buena formación deportiva dentro de un club genera que los jugadores de fútbol tengan la ventaja y facilidad de llegar a un club extranjero con la ayuda de los expertos en ese sentido que vendrían a ser los intermediarios deportivos.

5.2 Recomendaciones.

- Se recomienda dar prioridad al desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional dado que los encuestados evidencian una percepción deficiente en este punto, el cual genera que los clubes hayan internacionalizado muy pocos futbolistas en el 2017.
- Se les sugiere a los clubes de fútbol incorporar como estrategia de financiación, la “venta” de jugadores de fútbol, de esa manera el club se beneficiará, así como el futbolista. En los contratos están pactadas cláusulas que a la larga son alternativas provechosas, así que el club podría negociar contratos de sus jugadores facilitándolos a salir al extranjero, pero todo manteniéndose en una estructura empresarial deportiva.
- Los clubes deben tomar especial atención en el proceso de formación deportiva, porque ahí es donde un jugador crece y se potencia emocionalmente,

psicológicamente y educativamente. La educación debería implementarse obligatoriamente en los clubes, así como debería haber una comunión entre los que realizan la formación deportiva y los intermediarios deportivos, incorporando así una retroalimentación entre clubes, porque el intermediario será el que haga una comparación entre jugadores de Lima y el extranjero, además será el indicado en opinar sobre las cosas que carecen los jugadores y que necesitan mejorar, de esta manera se podrá subsanar las deficiencias. Teniendo en consecuencia mejores futbolistas y mayor demanda de ellos en el extranjero. De ese modo los jugadores tendrían bien enfocado lo que conlleva estar en un club del extranjero.

CAPÍTULO VI

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- ABENGOZAR MOLINA, Gonzalo (2014) Funciones y competencias del preparador físico. En Blog gonzaloabengozarpreparadorfisico, 01 de agosto (consulta: 11 de julio de 2017) <http://gonzaloabengozarpreparadorfisico.blogspot.pe/2014/08/funciones-y-competencias-del-preparador.html>
- ACADEMIA DEPORTIVA CANTOLAO (s.f.) Historia de la academia. Obtenido de <https://cantolaoperu.org/>
- ACETI, E., CASTELLI, L., LÓPEZ, C., MOGNI, J., LAMONEDA, J., ZIEGLER, J., & HEID, S. (2015). Desarrollo social a través del deporte. Ecuador: CAF; Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Obtenido de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/734>
- ACOSTA HERNANDEZ, Rubén (2005) Gestión y administración de organizaciones deportivas. México: Paidotribo.
- AIBAR Eduard (2001) ¿Qué es el desarrollo tecnológico? (consulta: 15 de setiembre de 2017) <http://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/6344/1/Guiapractica.pdf>
- ANDERSEN, O. (1993): "On the internationalisation process of firms: a critical analysis", Journal of International Business Studies, second quarter, p. 209-231
- ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA PARA LA INVESTIGACIÓN DE LAS DIFERENCIAS INDIVIDUALES-AIIDI (2014). Inteligencia, aptitud, capacidad, habilidad, ¿sinónimos? Obtenido de <http://aiidi.blogspot.pe/2014/11/inteligencia-aptitud-capacidad.html>
- AUSUBEL, David; NOVAK, Joshep y HANESIAN, Helen (1983) Psicología Educativa. Un punto de vista cognitivo. 2. ed. México: Trillas.
- AZURMENDI URIARTE, Josu (2013) Escuela bizkaína entrenadores de fútbol y f. sala. Teoría y práctica del entrenamiento deportivo. (Consulta: 18 de agosto de 2017) http://www.entrenadoresbizkaia.com/doc/documentos/n_1_apuntes_2012.pdf

- BARAJAS, Ángel, SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, Patricio y URRUTIA DE HOYOS, Ignacio (2010). El mercado de traspaso de futbolistas: Un análisis internacional. pp 32-46. En: revista Decisión N° 10 (consulta: 14 de setiembre de 2017) http://abarajas.webs.uvigo.es/Barajas_Sanchez_Urrutia_articulo%20decision%202010.pdf
- BASADRE, Jorge (1968) Historia de la Republica. Lima: Universitaria.
- BBC MUNDO (2015) Las impresionantes cifras de exportación de los jugadores de América Latina al fútbol internacional. (Consulta: 25 de noviembre de 2017) http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151029_deportes_transferencia_america_argentina_brasil_amv_amv
- BENAVIDES ABANTO, Martín Carlos (2000). Una pelota de trapo, un corazón blanquiazul. Tradición e identidad en Alianza Lima 1901-1996. Lima: Fondo Editorial de la PUCP
- BENAVIDES GAIBOR, Luis Hernán (2011) Gestión, liderazgo y valores en la administración de la unidad educativa “San Juan de bucay” del cantón general Antonio Elizalde (bucay). Durante periodo 2010 -2011. Tesis de maestría en gerencia y liderazgo educacional. Guayaquil. Universidad de Loja.
- BOTELLO HERMOSA, Jesús Manuel (2017) Scouting Deportivo: Metodología, Scouting y Coaching. Sevilla: ECU
- CABERO ALMENARA, J. y LLORENTE CEJUDO, M. (2013) La aplicación de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de información (TIC). En Eduweb revista de tecnología de información y comunicación en educación. 7 (2) pp. 11-22. Disponible en <http://tecnologiaedu.us.es/tecnoedu/images/stories/jca107.pdf>
- CADENILLAS LUNA, Hernán (2005) Liderazgo de reuniones ¿Qué hace el dirigente? (Consulta: 12 de marzo de 2017) <http://www.mailxmail.com/curso-liderazgo-reuniones/que-hace-dirigente>
- CAJAS GUIJARRO, John (2011) Definiendo el desarrollo. (Consulta: 26 de agosto de 2017) <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=128304>
- CALLE MARSELLA, Víctor (2015) ¿Qué significa ser un deportista profesional? (Consulta: 18 de enero de 2018) <http://www.finanzasparamortales.es/que-significa-ser-un-deportista-profesional/>
- CAMPOS CLIMENT, Vanessa (s.f.) Desarrollo empresarial. En Blog WalterKluwer (Consulta: 11 de abril de 2018) http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjlyMTtbLUouLM_DxblwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoATU0z-TUAAAA=WKE
- CAMPOS, C. (1997). “Marketing y Patrocinio Deportivo”. Gestión y Promoción Editorial. Barcelona.
- CARDOZO, Pedro Pablo; CHAVARRO, Andrés y RAMIREZ, Carlos Ariel (2006) Teoría de Internacionalización. Bogotá: Panorama.

- CARLOS BAGNARA, Iván (2011) El desarrollo tecnológico en las actividades físicas y el deporte. En: Revista EFDeportes N° 159 (Consulta: 19 de agosto de 2017) <http://www.efdeportes.com/efd159/el-desarrollo-tecnologico-en-el-deporte.htm>
- CARRILLO, Juan Carlos y MARTINEZ ECHEZAGARRA, Jon (1991) Estrategia Internacional: Más allá de la exportación. 1ra ed. en español. Madrid: Editorial McGraw-hill
- CASTEJÓN OLIVA, Francisco Javier (2004) Una aproximación a la utilización del deporte. Educación deportiva. En: Revista EFDeportes N° 138. (Consulta: 16 de octubre de 2017) <http://www.efdeportes.com/efd138/concepto-y-clasificaciones-del-deporte-actual.htm>
- CLUB DEPORTIVO UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES (USMP) (s.f.) Historia del Club (Consulta: 08 de enero de 2018) <http://www.clubdeportivo.usmp.edu.pe/index.php?pag=club>
- CLUB SPORTING CRISTAL (s.f.) El club Cristal (Consulta: 11 de febrero de 2018) http://clubsportingcrystal.pe/csc/index.php?option=com_content&view=article&id=394&Itemid=745
- COMETTI, Gilles (2006) La preparación física en el baloncesto. Barcelona: Paidotribo
- CONCEPTDEFINICION (s.f.) Definición de desarrollo. (Consulta: 13 de noviembre de 2017) <http://conceptdefinicion.de/developmento-humano/>
- CONCEPTDEFINICION. (s.f.) Definición de desarrollo. (Consulta: 12 de noviembre de 2017) <http://conceptdefinicion.de/developmento/>
- CONFEDERACION SUDAMERICANA DE FUTBOL (CONMEBOL) (s.f.) Dirección de Desarrollo. Ligas (Consulta: 25 de noviembre de 2017) <http://www.conmebol.com/es/developmento/ligas>
- CONTRERAS, A. (1989). El departamento de E.F. y Deportes. Bases para una nueva educación Física. Zaragoza: Cepid.
- CORNEJO RAMIREZ, Enrique (2010) Comercio Internacional: Hacia una gestión competitiva. 4ta. ed. Lima: San Marcos EIRL.
- CORTÉS, Didier y PAREJA, Iván (2006) Educación Física y Nuevas Tecnologías. En: Revista Iberoamericana de educación. N° 39
- CRISTOFANELLI, Federico (2017) Los drones y GPS en el fútbol: ¿aporte necesario o puro show? En: Diario Infobae.com, 13 de enero (consulta: 23 de enero de 2018) <http://www.infobae.com/deportes-2/2017/01/13/los-drones-y-gps-en-el-futbol-aporte-necesario-o-venta-de-humo/>
- CROLLEY Liz y MILLER, Rory (2007) Fútbol en las Américas: Fútbol, Futebol, Soccer. Londres: Matter.
- D'ENGANCHE (2018) ¿Por qué Raúl Ruidiaz dejó el futbol en 2007? En: Portal D'Enganche.com, 22 de enero (consulta: 08 de febrero de 2018)

<http://denganche.com/futbol-peruano/peruanos-en-el-exterior/-por-que-raul-ruidiaz-dejo-el-futbol-en-2007>

DEFINICIÓN A (2014). Definición y etimología de desarrollo. En: Definiciona.com, 24 diciembre, (consulta: 03 de agosto de 2017) <https://definiciona.com/desarrollo/>

DEFINICIÓNABC. (s.f.) Definición de desarrollo. (Consulta: 21 de julio de 2017) <http://www.definicionabc.com/general/desarrollo.php>

DEFINICIÓNABC. (s.f.) Definición de Empresarial. (Consulta: 27 de julio de 2017) <https://www.definicionabc.com/economia/empresarial.php>

DÍEZ GARCÍA, Javier (2012) La administración pública y el negocio del fútbol profesional. Tesis Doctoral en Derecho administrativo. España: Universidad de León.

DOMÍNGUEZ RODRÍGUEZ, Gregorio y PÉREZ CÁZALES, Luis (2001) Papel de la medicina del deporte en la medicina general. pp 86-96. En: Revista Fac. Med. UNAM Vol.44 No.2 (Consulta: 19 de marzo de 2017) <http://www.ejournal.unam.mx/rfm/no44-2/RFM44211.pdf>

ECOLE GARCON (2009) Manual de instructor: Marketing de servicios (Consulta: 17 de octubre de 2017) http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2009_2/apuntes/098.pdf

ECOMedia (2018) Gatore firma convenio alianza deportiva con los principales equipos de fútbol de Perú. En: Ecomedia.com (Consulta: 18 de marzo de 2018) <http://ecomedia.pe/noticia/1694471/gatorade-firma-alianza-deportiva-principales-equipos-futbol-peru>

EDUCAWEB (2017) Profesor de educación física. En: Educaweb.com (Consulta: 26 de setiembre de 2017) <http://www.educaweb.com/profesion/profesor-educacion-fisica-616/>

EL ECONOMISTA (2011) ¿Qué son los "drones" o aviones no tripulados? En: Diario Eleconomista.com.mx, 16 de marzo (Consulta: 12 de julio 2017) <https://www.eleconomista.com.mx/noticia/Que-son-los-drones-o-aviones-no-tripulados-20110316-0197.html>

EL ECONOMISTA (2013) La Bundesliga es la liga más competitiva, según un método científico de universidades de Valencia y Madrid. En: Diario elEconomista.es, 26 de noviembre (Consulta: 15 de agosto de 2017) <http://www.imm.upv.es/press/NotaLigasFutbol.pdf>

ELBOCÓN (2018) Carlos Cáceda: el salto al extranjero que lo dejaría sin mundial. En: Diario Elbocón.pe, 01 de enero (Consulta: 05 de enero de 2018) <https://elbocon.pe/futbol-peruano/seleccion-peruana/carlos-caceda-el-salto-al-extranjero-que-lo-puede-dejar-sin-mundial-161312/>

ENCICLOPEDIA DE CLASIFICACIONES (2017) Tipos de desarrollo. (Consulta: 06 de noviembre de 2017) <http://www.tiposde.org/general/1097-tipos-de-desarrollo/>

ESTUDIO DE COMUNICACIÓN (2009) El negocio del fútbol, más que una pasión. En: Estudiodecomunicación.com, 02 de agosto (Consulta: 22 de octubre de 2017)

<http://www.estudiodecomunicacion.com/extranet/el-negocio-del-futbol-mas-que-una-pasion-el-cronista/>

FEDERACIÓN PERUANA DE FUTBOL (FPF) (1997) 75 aniversario. Lima: Desa S.A.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION (FIFA) (s.f.) El crecimiento global. (Consulta: 23 de enero de 2018) <http://es.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-game/global-growth.html>

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION (FIFA) (s.f.) El entrenador-educador de fútbol. (Consulta: 24 de enero de 2018) <http://grassroots.fifa.com/es/para-entrenadores-educadores-de-futbol/direccion-tecnica-de-futbol-base/el-entrenador-educador-de-futbol/introduccion.html>

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION (FIFA) (s.f.) Federaciones. (Consulta: 23 de enero de 2018) <http://es.fifa.com/associations/index.html>

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION (FIFA) (s.f.) Historia del futbol. (Consulta: 23 de enero de 2018) <http://es.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-game/index.html>

FISIOSTAR (2017) La fisioterapia en el fútbol. En: Fisiostar.com (consulta: 19 de noviembre de 2017) <http://fisiostar.com/fisioterapia-tratamientos/fisioterapia-deportiva/la-fisioterapia-en-el-futbol>

FORMENT, Carlos (1998), The Formation of civil society in nineteenth century Peru; democratic or disciplinary? Princenton University Departament of politics Universidad Torcuato di tella. Departamento de ciencia política y Sociología New Jersey

FUTUROS EDUCADORES (2011) El deporte en el desarrollo humano. En: Blog Futuros Educadores, 13 de enero (consulta 03 de julio de 2017) <http://eldeporteenedesarrollohumano.blogspot.pe/>

FUNDACION REAL MADRID (2017) Memoria anual. En: Informe Anual Fundación Real Madrid, 2017 (consulta: 09 de abril de 2017) file:///F:/Imagenes%20descarga/M_FRm_InformeAnual_2015_16_WEB_v1_291216.pdf

GALIUSPRO (2015) ¿Cuáles son los objetivos de la fisioterapia deportiva? En: Blog Galius Pro, 17 de marzo (consulta: 02 de febrero de 2018) <http://galiuspro.com/cuales-son-los-objetivos-de-la-fisioterapia-deportiva/>

GALVEZ, José (1966) Nuestra pequeña Historia. Lima: UNMSM

GARCÍA UCHA, Francisco Enrique (2015) El deporte como medio de desarrollo social. (Consulta: 14 de octubre de 2017) <http://psicologiadeldporte.space/tag/prisiones/>

GARGANTA, Julio (2008) Modelação táctica em jogos desportivos – A desejável cumplicidade entre pesquisa, treino e competição. F. Tavares, A. Graça, J. Garganta & I. Mesquita (Eds), Olhares e Contextos da Performance nos jogos desportivos. Brasil: Universidad de Porto.

- GIMÉNEZ FUENTES-GUERRA, Francisco Javier (1999) Fases en la formación del deportista y su aplicación en la iniciación deportiva. Habilidad Motriz (15), pp. 35-39. – (2000). Fundamentos básicos de la iniciación deportiva en la escuela. Sevilla: Wanceulen
- GIMÉNEZ FUENTES-GUERRA, Francisco Javier y SÁENZ-LÓPEZ BUÑUEL, Pedro. (1996) La competición en la iniciación al baloncesto, pp. 42-49. En Apunts de E.F. y Deportes. N° 46.
- GONZÁLEZ LOZANO, Fran (2001) Educar en el deporte. Educación en valores desde la educación física y la animación deportiva. Madrid: CCS.
- GÓMEZ, C (2006). El marketing como herramienta para la gestión en las organizaciones no gubernamentales ambientales de Venezuela. (Consulta: 06 de febrero de 2018) <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/17862085.pdf>.
- GONZALES VÍLLORA, Sixto (2010). Estudio de las etapas de formación del joven deportista desde el desarrollo de la capacidad táctica. Aplicada del fútbol. Tesis de Doctorado en Rendimiento Deportivo. Castilla: Universidad de Castilla-La Mancha.
- GÓMEZ, Sandalio y OPAZO, Magdalena (2007) Características estructurales de un club de fútbol profesional de élite. Navarra: IESE Bussines School.
- GUERRA, Renzo (2010) Una nueva propuesta de Imagen corporativa para el Fútbol Peruano. Tesis de Licenciado en Diseño y Comunicaciones. Palermo: Universidad de Palermo.
- GUTIÉRREZ BETANCUR, Juan Francisco (2007) Fundamentos de Administración deportiva. Medellín. UDEA
- HAHN, Erwin (1988) Entrenamiento con niños. Teoría, práctica, problemas específicos. Barcelona: Deportes Técnicas.
- HANNAH, Morgan (2017) ¿Cuál es la labor de un nutricionista? (Consulta: 15 de octubre de 2017) https://muyfitness.com/labor-nutricionista-tip_17439/
- HUARALENLÍNEA (2012) Triste Diagnostico de la realidad del fútbol de Perú. En Blog HuaralenLinea.com, 10 de junio (Consulta: 22 de enero de 2018) <http://www.huaralenlinea.com/2012/06/10/triste-diagnostico-de-la-realidad-del-futbol-del-peru/>
- IESE - SBM (2005). I Encuentro Internacional de Gestión de Entidades Deportivas organizado por el Centro de Investigación IESE - SBM de Madrid. España: Archivo.
- JERICÓ, Pilar (2006). No miedo: En la empresa y en la vida. (Consulta: 28 de agosto de 2017) http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/12/publicaciones/guia_jovenes_talento_perfilemprendedor_1.pdf
- LAMB, Charles; HAIR Joseph y MCDANIEL Carl (2009) Essentials of Marketing, International (Consulta: 02 de octubre de 2017) https://www.cengage.com/custom/static_content/OLC/1111400385/data/lamb56203_0324656203_02.05_chapter05.pdf

- LONDOÑO, Alejandro (2010) Derecho y contratación deportiva. (Consulta: 07 de julio de 2017)
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2098/80926615.pdf;jsessionid=C152B7AFB6CC5CDA89AEC85D8FA29A2A?sequence=1>
- LÓPEZ MARÍN, Orlando (2002) ¿Qué significa la globalización para la tecnología de la información y la educación física? Perspectiva latinoamericana. Revista de Educación Física. España, vol. 2
- LOZANO CORREA, Luz Janeth (2007) El talento humano, una estrategia de éxito en las empresas culturales. En Revista Escuela de Administración de Negocios pp. 147-164. Bogotá: Universidad EAN.
- MARCA (2017) Neymar-PSG, el mayor traspaso de la historia del fútbol. En: Diario Marca.com, 03 de agosto (Consulta: 09 de noviembre)
<http://www.marca.com/futbol/liga-francesa/2017/08/03/59838ff546163fba198b45f1.html>
- MARCA (2018) Nuevo récord: en 2017 se movieron ¡5.116 millones de euros! en fichajes. En: Diario Marca.com, 30 de enero (Consulta: 11 de febrero 2018)
<http://www.marca.com/futbol/mercado-fichajes/2018/01/30/5a708175e2704e9d1b8b45dd.html>
- MARLONFISIOTERAPIA (2007) Medicina Deportiva: Definición y funciones. En: marlonfisioterapia.wordpress.com, 14 de octubre (Consulta: 28 de agosto de 2017)
<https://marlonfisioterapia.wordpress.com/2007/10/14/medicina-deportiva-definicion-y-funciones/>
- MARTÍNEZ TÉBAR, Laura (2014). Cómo influye la tecnología en el deporte. En: Semanal tecnológico: Ciencias Políticas Periodismo. España. Universidad Rey Juan Carlos.
<https://elsemanaltecnologico.wordpress.com/2014/03/27/como-influye-la-tecnologia-en-el-deporte/>
- MAUGHAN, Ronald (2001). Sports Nutrition: What is it? En: Nutrition & Physical Activity. United States: Elsevier Science.
- MEDICALPHYSIS (s.f) Fisioterapia de deporte. (Consulta: 30 de enero de 2018)
<http://medicalphysis.com/documents/Fisioterapiaeneldeporte.pdf>
- MEDINA CANO, Federico (1996). Al calor de la jugada: el fútbol, signos y símbolos. En Boletín de Antropología Vol. 10, N° 26. Antioquia: Universidad de Antioquia.
- MENESES, Juan Pablo (2013) Niños futbolistas. Barcelona: Blackie Books.
- MERCADO CARABALI, David (2011) Programa de entrenamiento en futbolistas pre-juveniles entre 14 y 17 años de edad enfatizado en desarrollar la fuerza rápida. Universidad del valle. Instituto de educación y pedagogía. Santiago de Cali. 2 de agosto. (Consulta: 11 de enero de 2018)
<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/3872/4/CB-0449731.pdf>
- MESTRE ZAPLANA, Rubén (2013) ¿Qué es el Scouting deportivo? (Consulta: 09 de marzo de 2018) <http://www.rubenmaestre.com/que-es-el-scouting-deportivo/>

- MICHELS, Rinus (2013). Team building: Camino al éxito. Holanda: Publishing Reedswain.
- MIDGLEY, James (1995) Desarrollo Social: La Perspectiva del Desarrollo en Bienestar Social. Londres: Sage.
- MILLER, Rory; MURILLO FORT, Carles y SEITZ, Oliver (2012) El fútbol como negocio: Una introducción a la gestión deportiva en Europa y Brasil. MONSALVE Z., Martín (editor) Lima: Universidad del Pacífico.
- MILLMAN, J. (1999). "The shots heard round the business world". Estados Unidos: Brandweek.
- MONITOR FÚTBOL BASE (2015) Todo lo que significa ser entrenador de fútbol base. En: monitorfutbolbase.es 14 de enero (Consulta: 21 de agosto de 2017) <http://monitordefutbolbase.es/todo-lo-que-significa-ser-entrenador-de-futbol-base/>
- MORINAGA, Tito (2013) ¿Cómo preparar psicológicamente al deportista? Lima: Editorial San Marcos.
- MUNDOD. (2015) Argentina, es el país que más futbolistas "exporta" en todo Sudamérica. En: revista la voz, 30 de noviembre (Consulta: 20 de febrero de 2018) <http://mundod.lavoz.com.ar/futbol/argentina-el-pais-que-mas-futbolistas-exporta-en-toda-sudamerica>
- MUNDODEPORTIVO (2012) Convenio entre Barca y Boca en el fútbol formativo. En: diario mundodeportivo.com, 2 de marzo (Consulta: 03 de febrero de 2018) https://www.mundodeportivo.com/20120302/fc-barcelona/convenio-entre-barca-y-boca-en-el-futbol-formativo_54262675804.html
- MUÑIZ SANABRIA, Ariel (2005). Premisas para ser un buen entrenador de niños y adolescentes. En: Revista Digital. N°86 (Consulta: 15 de setiembre de 2017) <http://www.efdeportes.com/efd86/premisas.htm>
- MUYINTERESANTE (2017) El GPS del fútbol. En: muyinteresante.com.mx, 09 de febrero. (Consulta: 13 de enero de 2018) <http://www.muyinteresante.com.mx/tecnologia/12/06/21/tecnologia-futbol/>
- NEVADO, Fabio (2012) La Preparación Física del Fútbol: Análisis de la carga de entrenamiento en futbol mediante dispositivos GPS. (Consulta: 23 de junio de 2017) <https://www.futbol-tactico.com/es/futbol/91/la-preparacion-fisica-del-futbol/analisis-de-la-carga-de-entrenamiento-en-futbol-mediante-dispositivos-gps.html>
- NORVANI, Renzo (2017) Perú, otra vez en un Mundial: Las claves que nos están llevando a Rusia. En: Diario Perú21.pe, 16 de noviembre. (Consulta: 19 de diciembre de 2017) <https://peru21.pe/mundial/peru-rusia-2018-llegamos-mundial-despues-36-largos-anos-cronica-384570>
- OMICRONO (2015) El papel de la familia de los deportistas: La familia también compite. En: revista omicromo.elespanol.com, 10 de mayo (Consulta: 26 de junio de 201) <http://omicrono.elespanol.com/2015/05/el-papel-de-la-familia-de-los-deportistas-la-familia-tambien-compite/>

- OVALLE CASTRELLON, Rodrigo (2007) Organización deportiva y el rol del dirigente, perfil del gerente, director y administrador deportivo. En: portalfitness.com, 22 de noviembre (Consulta: 19 de diciembre de 2017) http://www.portalfitness.com/1519_organizacion-deportiva-y-el-rol-del-dirigente.aspx
- PALMA CUEVAS, David (2010) El preparador físico en el fútbol: Funciones del preparador físico en el fútbol. En: publicacionesdidacticas.com, 4 de abril (Consulta: 08 de febrero de 2018) <http://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/004178/articulo-pdf>
- PANFICHI, Aldo (2008) Ese gol existe: una mirada al Perú a través del fútbol. "Hacia una sociología del fútbol". Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- PARLEBAS, Pierre (1988). Elementos de sociología del deporte. Málaga: Unisport.
- PARDO D'ORNELLAS, María Victoria (2016). Construyendo nuevos héroes. La cobertura periodística, los niños futbolistas y el negocio del fútbol. Tesis de licenciada en Periodismo. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- PEDRAZA LAURA, Alexandra (2010) Tecnología mejora la calidad y el rendimiento de los deportistas colombianos. En: plazacapital.co (consulta: 09 de enero de 2018) <http://www.urosario.edu.co/Plaza-Capital/DEPORTE/Tecnologia-mejora-la-calidad-y-el-rendimiento-de-l/>
- PERASSO, Sebastián (2011) Rugby didáctico 4. Espíritu y filosofía. Buenos Aires: Ediciones Tecnicbook.
- PERU.COM (2015) ¿Quiénes son los jugadores más representativos de EGB? En: Diario Peru.com, 29 de abril (Consulta: 21 de noviembre de 2017) <https://peru.com/futbol/la-nueve/quienes-son-jugadores-mas-representativos-egb-fotos-noticia-351309>
- PERU.COM (2018) Los peruanos que juegan en el extranjero y quieren ir al mundial 2018. En: Diario Peru.com, 16 de enero (Consulta: 18 de febrero de 2018) <https://peru.com/futbol/peruanos-en-el-extranjero/peruanos-que-jugaran-extranjero-2018-noticia-548025>
- PIÑAR, M. y CÁRDENAS, D. (2009). Las necesidades formativas para la competición en la iniciación al baloncesto. ORTEGA, G. y JIMÉNEZ, A. (Eds.), Táctica y Técnica en la iniciación al Baloncesto. Madrid: Fundación Real Madrid: Wanceulen.
- QUINTANILLA, Miguel Ángel (1991) Problemas conceptuales y políticas de desarrollo tecnológico. (Consulta: 19 de enero de 2018) http://critica.filosoficas.unam.mx/pg/es/descarga.php?id_volumen=120&id_articulo=726
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2014). Definición de Talento. Diccionario de la lengua española (23ª edición). Madrid: Espasa

- REBAGLIATI, Diego (2017) Entrevista personal con el Autor. 05 de junio.
- RENAU PIQUERAS, Juan José (2005) Introducción a la empresa y la dirección de empresas. Presentación PowerPoint. Valencia
- RESTREPO GONZÁLES, Guillermo (2000) El concepto y alcance de la gestión tecnológica. pp. 179-180. En revista Facultad de Tecnología. (Consulta: 02 de marzo de 2018) <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/ingenieria/article/view/325929/20783236>
- RÍOS ALBARRÁN, Gabriela (2010) Nuevas tecnologías aplicadas al entrenamiento deportivo. (Consulta: 2 de febrero de 2018) <http://www.ilustrados.com/documentos/nuevas-tecnologias-aplicadas-10122010.pdf>
- RODRÍGUEZ, Ricardo Sergio (2009) Convenio colectivo 553/2009 AFA-UTEDIC. En: Blog estudiorodriguez.com.ar, 16 de mayo (Consulta: 3 de marzo de 2018) <http://estudiorodriguez.fullblog.com.ar/convenio-de-trabajo-afa-utedic-131242498551.html>
- ROGGIERO LUZURIAGA, Luis Carlos (2012) El negocio no es redondo: Los determinantes del desempeño deportivo y financiero de los equipos de fútbol profesional del Ecuador (Tesis de maestría en Economía). Quito: FLACSO Ecuador.
- ROSENDO, Gonzalo (2017) El papel de la familia en el deporte. En: Blog powerexplosive.com, 26 de mayo (Consulta: 04 de noviembre de 2017) <https://powerexplosive.com/el-papel-de-la-familia-en-el-deporte/>
- RUBIO LÓPEZ, Xurxo (2017) ¿Cuáles son las ligas de fútbol más competitivas? En Blog: Quora, 04 de enero (Consulta: 27 de enero de 2018) <https://es.quora.com/Cu%C3%A1les-son-las-ligas-de-f%C3%BAtbol-m%C3%A1s-competitivas>
- SALDAÑA ESPINOSA, Judith y CERVANTES ALDANA, Javier (2000) Mercadotecnia de servicios, pp. 75-80 En: Revista Contaduría y administración UNAM No. 199.
- SALGUERO CUBIDES, Jorge (2006) Enfoques sobre algunas teorías referentes al desarrollo regional. Conferencia estatutaria para posesionarse como miembro de la sociedad Geográfica de Colombia 2006 (Consulta: 26 de noviembre de 2017) <http://www.economia.unam.mx/academia/inae/pdf/inae5/515.pdf>
- SÁNCHEZ CARRIÓN, Mario (2015) Como Funcionan las Transferencias de Jugadores de Fútbol. (Consulta: 21 de enero de 2018) <https://medium.com/@mariobox/como-funcionan-las-transferencias-de-jugadores-de-f%C3%BAtbol-e816fb4ed122>
- SÁNCHEZ LÓPEZ DE TORO, Rubén (2012). La formación del futbolista en sentido amplio. ¿Realidad o ficción? En: Revista Digital N° 168 (Consulta: 21 de febrero de 2018) <http://www.efdeportes.com/efd168/la-formacion-del-futbolista-realidad-o-ficcion.htm>

- SLIDESHARE (2011) Formación deportiva. En SlideShare, 2 de julio (Consulta: 06 de agosto de 2017) <https://es.slideshare.net/dxvart/formacion-deportiva-8491017>
- SOLÉ FORTÓ, Joan (1996). Visión y Deporte: propuesta de una metodología específica e integradora. Tesis doctoral. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- STANTON, William John; ETZEL, Michael J y WALKER, Bruce J. (2004) Fundamentos de Marketing: Mercadeo de servicios. México: McGraw-Hill Interamericana.
- TAIPE BALLENA, Abraham (2017) Municipal, el club que iba a desaparecer y hoy es un éxito. En: Diario El Comercio, 17 de enero (Consulta: 09 de noviembre de 2017) <https://elcomercio.pe/economia/negocios/municipal-club-iba-desaparecer-hoy-exito-159433>
- TIPOS (s.f) Tipos de desarrollo (Consulta: 12 de marzo de 2017) <http://www.tipos.co/tipos-de-desarrollo/>
- TORRES, Raúl (2016) Winners of Perú "Descentralizado" professional League (clubs national ranking). (Consulta: 13 de enero de 2018) <http://www.rsssf.com/miscellaneous/torre-peru-best.html>
- UNION OF EUROPEAN FOOTBALL ASSOCIATIONS (UEFA) (s.f.) Ligas y copas europeas. (Consulta: 22 de noviembre de 2017) <http://es.uefa.com/memberassociations/leaguesandcups/index.html>
- UNION OF EUROPEAN FOOTBALL ASSOCIATIONS (UEFA) (s.f.) Protegiendo el juego: Medico Deportivo (Consulta: 22 de noviembre de 2017) <http://es.uefa.com/insideuefa/protecting-the-game/medical/index.html>
- UNIVERSITARIO DE DEPORTES (s.f.) Sitio oficial del Club Universitario: Historia del club. (Consulta: 09 de enero de 2018) <http://universitario.pe/historia>
- UPSABOLIVIA (2013) Tecnología en el Deporte. En Blog UPSA soy yo, 13 de agosto (Consulta: 08 de enero de 2018) <https://upsasoyyo.wordpress.com/2013/08/13/la-tecnologia-en-el-deporte/>
- VALDANO, Jorge (1987) Así veo al entrenador. Ponencia presentada en el II Congreso de entrenadores de fútbol de Perla, 24-27. En: Revista El entrenador Español Nº 33.
- VALDÉS ROMO, Lizet (2014) Perfil de Un gerente deportivo. (Consulta: 19 de enero de 2018) <http://es.calameo.com/accounts/3869168>
- VÁSQUEZ OSPINA, Juan Carlos (s.f) El mercadeo en el fútbol profesional "La comercialización de jugadores" (Consulta: 28 de enero de 2018) http://viref.udea.edu.co/contenido/publicaciones/memorias_expo/gestion/mercadeo_futbol.pdf
- VILLAREAL LARINAGA, Oskar (2005) La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea, pp. 55-77. En: Cuaderno de Gestión Vol. 5 Nº 2 (Consulta: 22 de abril de 2018) <http://www.ehu.eus/cuadernosdegestion/documentos/524.pdf>

VOZMEDIANO Ramón José (s.f.) Los intermediarios o agentes de deportistas profesionales. En: Blog rincón del musculo (Consulta: 10 de diciembre de 2017) [HTTPS://RINCONDELMUSCULO.COM/LOS-INTERMEDIARIOS-AGENTES-DEPORTISTAS-PROFESIONALES/](https://rincondelmusculo.com/los-intermediarios-agentes-deportistas-profesionales/)

ZAPATER, Alberto y otros (2011) Valor de marca en el fútbol profesional. Lima: Universidad ESAN.

6.1 Anexos.

Anexo 1: Matriz de Consistencia.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p><u>PROBLEMA GENERAL</u></p> <p>¿Qué relación existe entre el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017?</p> <p>Problemas Específicos</p> <p>a) ¿De qué manera el desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima se relaciona con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017?</p> <p>b) ¿Qué relación existe entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario del futbolista durante el año 2017?</p>	<p><u>OBJETIVO GENERAL</u></p> <p>Establecer qué relación existe entre el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a) Determinar de qué manera el desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima se relaciona con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.</p> <p>b) Identificar si existe relación entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario del futbolista durante el año 2017.</p>	<p><u>HIPÓTESIS GENERAL</u></p> <p>El desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima se relaciona en gran medida con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>a) El desarrollo empresarial deportivo en el negocio del fútbol de los clubes profesionales de Lima se relaciona altamente con los contratos deportivos en la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.</p> <p>b) Existe una alta relación entre la formación deportiva en el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional y la internacionalización del futbolista peruano que realiza el intermediario del futbolista durante el año 2017.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>X: Desarrollo empresarial deportivo.</p> <p>x1: Negocio del fútbol</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing del fútbol <p>x2: Formación deportiva</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interventores en la formación deportiva • Proceso de formación deportiva • Tecnología deportiva <p>x3: Alianzas estratégicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión deportivo • Beneficio empresarial <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Y: Internacionalización del futbolista</p> <p>y1: Intermediario del futbolista</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencia deportiva • Scouting deportivo <p>y2: Contratos deportivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fichajes • Clausulas <p>y3: Mercado de traspaso</p> <ul style="list-style-type: none"> • Federaciones • Ligas mundiales 	<p>Método Científico: El método científico se alimenta de otros métodos particulares como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Método analítico-sintético • Método inductivo: • Método hipotético-deductivo: • Método hermenéutico • Método estadístico • Método analógico • Método dialéctico <p>Población= 28 Muestra= 28</p> <p>Enfoque de la Investigación: Cuantitativo</p> <p>Nivel de Investigación: Correlacional</p>

Anexo 2: Cuadro operacional de variables.

En esta página se encuentra el cuadro de operacionalización de las variables, en donde se aprecia la información de las variables e indicadores y además se menciona el número de ítems que corresponde a cada uno de los indicadores. En el caso de las variables se hizo sus definiciones operacionales.

La definición operacional ha facilitado tener una mejor interpretación de las variables de estudio. Gracias a la elaboración de estas definiciones se ha podido elegir los indicadores a tomar en cuenta en la implementación de la herramienta de medición.

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ítem
Desarrollo empresarial deportivo	El desarrollo empresarial deportivo enlaza diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización deportiva hacia la consecución de sus objetivos. Componentes como liderazgo, crecimiento económico, cultura empresarial, gestión del conocimiento y la innovación. Es una idea integradora con el que se puede obtener un impacto positivo en todas las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano.	Negocio del fútbol	Marketing de fútbol	2
		Formación deportiva	Interventores en la formación deportiva	2
			Proceso de formación deportiva	
			Tecnología deportiva	
		Alianzas estratégicas	Gestión deportiva	2
			Beneficio empresarial	
Internacionalización del futbolista	Para Díez (2012) menciona el fútbol como una actividad deportiva y de negocio con alto consumismo. La internacionalización de futbolistas en el mundo es una de las fórmulas que utilizan por los clubes deportivos para conseguir una suficiente financiación que les permita cumplir con las obligaciones económicas que se tiene en un club. Cuando se dio inicio al profesionalismo del fútbol, los fichajes de jugadores han sido una constante transacción –en ocasiones descontrolada- que está presente en el fútbol exclusivamente. Los beneficios que se puede obtener para el club de fútbol a través del traspaso de sus jugadores son realmente altos.	Intermediario del futbolista	Agencia deportiva	2
			Scouting deportivo	
		Contratos deportivos	Fichajes	2
			Cláusulas	
		Mercado de traspaso	Federaciones	2
			Ligas mundiales	

Anexo 3: Formato y fichas de validación del instrumento.

FORMATO DE PRUEBA DE CRITERIO DE JUECES

La validación y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos consiste en el contraste de los indicadores que miden las variables correspondientes. El resultado viene a ser la prueba estadística, definida en este caso por “el criterio de jueces”, personas involucradas en el fútbol, metodólogos de las universidades que analizaron y evaluaron el contenido de acuerdo al tema y problema de investigación, asimismo las observaciones y sugerencias para la elaboración de la encuesta, que permitió determinar que el mismo, mide lo que se quiere medir, y aplicado varias veces, indique el mismo resultado.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

TESIS DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO: El desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y su relación con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

Autor: Aderlin Lider Oré Bautista.

DATOS DEL EVALUADOR:

Nombre y Apellidos	Profesión

Indicaciones:

A continuación, encontrará un cuestionario de preguntas, conjuntamente con las hojas de validación del Instrumento, en el cual se le ruega marcar con una "X" en el casillero que corresponde según su evaluación.

En caso que no estuviera de acuerdo con la formulación adecuada de alguna pregunta coloque las observaciones correspondientes.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1. Apellidos y nombres del experto:
- 1.2. Institución donde labora:
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario del desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y su relación con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.
- 1.4. Autor del instrumento: Bach. Aderlin Lider Oré Bautista

ITEM	Deficiente	Bueno	Excelente	OBSERVACIONES
	0	1	2	
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				

Lima,2018

Firma de Experto



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1. Apellidos y nombres del experto:
- 1.2. Institución donde labora:
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario del desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y su relación con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.
- 1.4. Autor del instrumento: Bach. Aderlin Lider Oré Bautista

N°	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente Inf.de 79	Regular 80 - 85	Bueno 86 -90	Muy bueno 91-95	Excelente 96-100
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas de forma clara y precisa, sin ambigüedades					
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con los indicadores, las dimensiones, las variables e hipótesis.					
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y criterio					
4	Organización	La estructura es adecuada. Contiene de manera coherente todos los elementos de un instrumento de medición					
5	Confiabilidad	El instrumento es confiable porque está de acuerdo a la capacidad de respuesta de los sujetos de investigación.					
6	Control de sesgo	Presenta preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas					
7	Consistencia	Es un conjunto, el instrumento responde a los objetivos de la investigación.					
8	Marco de referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del evaluado: lenguaje, nivel de instrucción, cultura.					
9	Extensión	El número de ítems son suficientes para lograr el objetivo de la investigación.					
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen ningún riesgo para el sujeto evaluado.					

II. PROMEDIO DE VALORACIÓN.

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....

.....

Lima,del 2018

Modelo de Encuesta.

Para recabar la información de las unidades de análisis animadas, conformada por 28 jugadores de fútbol profesional de los clubes de fútbol en Lima, se elaboró la encuesta considerando las variables y los indicadores de estudio.

La herramienta cuenta con la estructura siguiente:

- 8 indicadores
- 34 preguntas, también llamadas ítems.

La tercera parte se encuentra la medición de las variables en estudio, que ella está compuesta por 34 preguntas cerradas politómicas, de nivel cualitativo y cuantitativo, de tipo escala Likert, como nominal y ordinal, además de discretas, todas las preguntas están enfocadas en la medición directa del desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y su relación con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017. Además, se propone 5 alternativas de respuesta para un determinado enunciado, estos son: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre.

CUESTIONARIO.

Título: El desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y su relación con la internacionalización del futbolista peruano durante el año 2017.

Estimado deportista reciba mis saludos cordiales previamente, y conociendo el compromiso que tiene usted con el mejoramiento en la formación y desarrollo de los deportistas peruanos, le invitamos a participar de este cuestionario de preguntas.

Objetivo: Tiene como principal objetivo obtener información sobre el desarrollo empresarial deportivo en los clubes de fútbol profesional de Lima y cómo está asociada con la internacionalización del futbolistas peruano, lo cual nos ayudará a determinar la incidencia que tiene el desarrollo empresarial deportivo sobre la internacionalización de jugadores y en base a eso se darán alternativas para mejorar el desarrollo empresarial deportivo de los jugadores en Lima y futura internacionalización de ellos.

Aclaraciones: Se agradece responder las preguntas con total sinceridad y honestidad, marcando la alternativa que a usted le parezca la correcta, además el cuestionario que se está realizando estará custodiado y tendrá total confidencialidad de la información brindada.

Instrucciones:

- Para seleccionar la opción a escoger, marcar con un "X".

I. Datos generales

Nivel de Instrucción: () Primaria () Secundaria () Superior () otro.....

Edad: () 18-24 () 25-30 () 31-36

Datos deportivos del encuestado:

Club de formación:

Club que pertenece actualmente:

II. Medición de variables o base teórica.

1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Ítem	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
1	¿El club donde se desarrolló deportivamente utilizaba su imagen de deportista?					
2	¿Con que frecuencia participó en publicidad desarrollado por el club deportivo?					
3	¿Se encontraban presentes todos los interventores (entrenador, preparador físico, psicólogo, nutricionista, medico, fisioterapeuta club(es) en el club donde te formaste deportivamente?					
4	¿Los interventores asumieron su función acorde a las necesidades del jugador de fútbol, para el mejor desarrollo deportivo?					
5	¿Cambiaban de interventores frecuentemente?					
6	¿La coordinación entre interventores favoreció más en su desarrollo deportivo?					
7	¿Con que frecuencia le realizaron pruebas físicas en su club donde se formó deportivamente?					
8	¿Con que frecuencia se realizaron charlas psicológicas en su club donde se formó deportivamente?					
9	¿Con que frecuencia se realizaron controles del nutricionista en su club donde se formó deportivamente?					
10	¿Con que frecuencia participó en actividades motivacionales y de autoestima en su club donde se formó deportivamente?					
11	¿Con que frecuencia le realizaron un chequeo médico completo en su club donde se formó deportivamente?					
12	¿Con que frecuencia se realizaron pruebas de prevención fisioterapéutica en su club donde se formó deportivamente?					
13	¿Con que frecuencia se desarrollaron actividades de educación deportiva en su club donde se formó deportivamente?					
14	¿El club donde se formó deportivamente utilizaba instrumentos tecnológicos para su formación deportiva?					
15	¿Cuántas veces el club donde se formó deportivamente lo evaluó con un GPS monitoreado por un especialista?					
16	¿Cuántas veces el club donde se formó deportivamente aplicó el estudio de juego a partir de un DRONE?					

17	¿Aplicaron programas tecnológicos para la innovación deportiva en el club donde se formó deportivamente?					
18	¿Le hacen saber a usted del plan deportivo que tiene su club?					
19	¿Sintió usted que la alianza estratégica entre su club y otra empresa benefició al club?					
20	¿Cree usted que debería intervenir entidades privadas para mejorar su club?					
21	¿Ha sido contactado con algún intermediario deportivo para poder manejarlo deportivamente?					
22	¿Contribuyo el intermediario deportivo para tener contacto con el extranjero?					
23	¿El club donde se formó deportivamente tomo el papel de intermediario y tuvo contacto con algún club del extranjero?					
24	¿Con que frecuencia aplicaron el Scouting deportivo en su club deportivo?					
25	¿Con que frecuencia le propusieron contratos deportivos para ir al extranjero?					
26	¿Los aspectos económicos y personales son causales principales para rechazar un contrato deportivo?					
27	¿Con que frecuencia se rescinde un contrato por que no se cumplen las especificaciones que había dentro de ella?					
28	¿Hay mala relación entre los clubes y las federaciones?					
29	¿Sintió que la FPF supervisó el trabajo del plan de formación y desarrollo deportivo en su club donde se formó deportivamente?					
30	¿La FIFA estuvo ausente al momento de su desarrollo deportivo en su club?					
31	¿Las ligas extranjeras donde estuvo le parecieron más competitivas que el campeonato local?					
32	¿Participó frecuentemente en campeonatos internacionales durante su formación deportiva?					
33	¿Fuiste integrante del equipo que en algún momento ganó un campeonato local o extranjero?					
34	¿Cuántas veces participó en un mercado de traspaso internacional de jugadores de fútbol?					

Anexo 4: Mini-matriz de la encuesta.

En el cuadro que se aprecia, se encuentran las respuestas obtenidas de los encuestados. Los datos que se observan corresponden a las alternativas de respuestas de cada uno de las preguntas que fueron elegidas por los encuestados, los futbolistas profesionales de Lima.

Asimismo los valores asignados en el cuadro en mención están asignados en la leyenda que se puede observar al final del cuadro de datos.

	Cantidad de encuestados																																	
PREGUNTAS	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34
ATRIBUTOS																																		
Nunca	1	0	12	0	0	2	0	0	6	3	9	3	2	0	0	16	1	9	9	3	2	1	0	22	0	0	0	1	0	0	0	0	1	7
Casi Nunca	0	1	8	1	0	12	1	1	12	18	14	16	9	3	2	10	10	3	17	5	10	4	7	5	14	1	0	1	8	5	2	1	7	4
A veces	8	11	5	13	3	4	4	10	9	6	3	8	14	13	10	1	6	14	2	11	8	12	4	1	10	6	2	5	5	8	5	0	3	10
Casi Siempre	13	14	2	11	9	10	11	13	1	1	2	1	2	12	12	1	11	2	0	8	8	10	11	0	4	19	16	20	10	5	13	5	5	6
Siempre	6	2	1	3	16	0	12	4	0	0	0	0	1	0	4	0	0	0	0	1	0	1	6	0	0	2	10	1	5	10	8	22	12	1

Cantidad total de encuestados 28

	Valores asignados
Siempre	5
Casi Siempre	4
A veces	3
Casi Nunca	2
Nunca	1

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
<i>Edades</i>		
18 a 24	16	57%
25 a 30	7	25%
31 a 36	5	18%
Total	28	100%

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
	fi	hi
<i>Grado Educativo</i>		
primaria	0	0%
secundaria	18	64%
superior	10	36%
total	28	100%

Anexo 5: Fotos.

Foto: Estadio Nacional.



Foto: Asociación Deportiva de Fútbol Profesional.



Foto: Julio Edson Uribe.



Foto: Carlos Salinas (Director diario Libero).



Foto: Scouting deportivo – Ex Bayer Leverkusen: Víctor Zaferzon.



Foto: Entrevista Periodista Deportivo RPP Oscar Moral.



Anexo 6: Documentos Visita a Clubes Profesionales de Lima.